nível 09 "Dwarf female: I like my ale like I like my men - dark and rich" - WOW: WRATH OF THE LICH KING JUNHO 2008 HYPE! MyGames

FORÇA PORTUGAL

HYPE!

MyGames Junho 2008 // nº09 // €5 Revista + DVD (Portugal Continental) WWW.MYGAMES.PT

BANJO KAZOOIE 3
LORD OF THE RINGS: CONQUEST
LITTLE BIG PLANET
KILLZONE 2

METAL GEAR SOLID 4

Acabámos a última aventura de Solid Snake: leiam a análise completa

EXCLUSIVO

WORLD OF WARCRAFT

A Hype! foi à sede secreta da Blizzard experimentar Wrath Of The Lich King, a nova expansão para a maior aventura online de sempre.

5 607727 079859 00009

Activismo digital

A relação dos jovens com a vida pública, em particular com a política, foi tema quente nos últimos tempos. Ou antes: a deficiente relação dos mais jovens com a vida pública. Entre as diversas conclusões do estudo da Universidade Católica que deu origem a um debate que envolveu o Presidente da República e variadas personalidades da sociedade portuguesa, está a ideia de que esse alheamento é motivado pelo descontentamento com o funcionamento da democracia; o cepticismo quanto à eficácia da sua participação (nomeadamente através do voto); e uma apatia em termos de envolvimento com a vida pública, ainda que estejam disponíveis para reformas e para a participação através do associativismo e o voluntariado. Mesmo que, apesar de tudo, fiquem em casa.

Lendo o estudo, conclui-se que o problema não é tanto dos jovens como da sociedade portuguesa em geral – comparando com os restantes países europeus, todos nós somos mais alheados, desinformados e apáticos. A situação económica do país e o baixo nível de literacia não serão estranhos a esta situação. Na verdade, os "jovens" que preocupam o Presidente da República e que estão na base da polémica, são os muito novos, menores de 18 anos que, como mostra o estudo, à medida que vão atingindo a idade adulta, ganham outra consciência política e naturalmente se envolvem mais na vida pública. Faz parte do amadurecimento.

Não é dever da Hype! comentar ou explicar aprofundadamente este estudo e o debate que se lhe seguiu. Mas será mais ou menos evidente que este cenário tem de ser enquadrado num mundo de jovens que, como lembrou Manuel Maria Carrilho num artigo do Diário de Notícias, vive num mundo radicalmente diferente do dos seus pais, em que a cultura digital globalizada tem fomentado uma crescente «tribalização dos cidadãos» e «virtualização das suas actividades». É uma nova cultura mediática de que, claro, faz parte a televisão – ainda o principal meio de moldagem dos cidadãos – mas cada vez mais da Internet e dos videojogos. Ainda recentemente, o escritor, jornalista e realizador Nelson George declarou, numa entrevista conjunta com o rapper Ice-T ao jornal The Guardian (**http://music.guardian.co.uk/urban/story/0,,2280074,00.html**), que «os videojogos são mais importantes que o hip-hop (...) É isto que está a dominar a cultura juvenil masculina, isto é realmente o novo rock 'n' roll (...) São um híbrido interessante. Os tipos do Grand Theft Auto estavam determinados em descobrir como tirar partido da cultura urbana. (...) Ao mesmo tempo, não são uma expressão popular – pelo menos da forma como a entendo – de um indivíduo». **Grand Theft Auto 4** acabou de se tornar a peça de entretenimento que mais rapidamente vendeu na primeira semana – seis milhões de unidades vendidas. É inegável que os videojogos causam um impacto cultural tremendo.

Neste ponto da prosa, talvez pareça ao leitor que esta associação entre um grave problema social, como o que deu início ao texto, e os videojogos, seja um pouco absurda ou até ridícula ao ponto de se tornar ofensiva.

Ou talvez seja uma pista para compreender um mundo repleto de novas possibilidades de expressão e interacção em que os jovens exploram outros meios – os fóruns, os blogs, em suma, a Web 2.0 - para se exprimirem "políticamente" a favor de novas causas e contra perigos que entendem ter mais impacto nas suas vidas e que são de combate mais premente: nomeadamente as grandes empresas que pretendem dominar os seus estilos de vida. Na indústria dos videojogos e da tecnolologia é enorme a pressão exercida pelas comunidades sobre as políticas de empresas como a Sony ou a Microsoft. Talvez a organização em grupos de interesse à escala global tenha mais apelo que os nossos partidos políticos; que a expressão directa através da Internet seja sentida com maior eficácia que o voto ou uma manifestação; e que a luta entre a Microsoft e a Google para dominar o espaço digital pareça mais actual e urgente do que combater a tirania dos nossos caciques locais.

Na Hype!, e na rede MyGames, existe um novo espaço para discutir este editorial e tudo o que os nossos leitores desejarem: é em **http://forum.mygames.pt**. Encontramo-nos por lá. Para dar voz a quem a queira usar.

A jogar: *FIFA 09*

A ler: *"Fables: Legends In Exile" (Bill Willingham, Lan Medina)*

A ver: *"Suddenly Last Summer" (Joseph L. Mankiewicz), "Crumb" (Terry Zwigoff), "The Curse Of Frankenstein" (Terence Fisher)*

A ouvir: *Trachtenburg Family Slideshow, Blondie, Butthole Surfers, Grandmaster Flash*

A visitar: *dubiousquality.blogspot.com*

HYPE!

Propriedade:
New Media Digital Contents, Lda

Uma parceria:
IMPRESA DIGITAL / HTV (H. Tech V.)

Director de Conteúdos
Nelson Calvinho

Director de Operações
Jorge Vieira

Chefe de Redacção
Frederico Teixeira

Redactores e colaboradores
Gonçalo Brito (Redactor Principal), Jorge Vieira (Redactor Principal), Rui Guerreiro D'Ângela (Redactor Principal), Bruno Dias, Hugo Moutinho, Luís Canau, Marco Vale, Mário Valente, Nuno Folhadela, Pedro Amaro, Rogério Jardim.

Correspondentes internacionais
Brian Ashcraft (Japão), Brian Crecente (Estados Unidos), João Diniz Sanches (Reino Unido), Kieron Gillen (Reino Unido)

Projecto Gráfico
Hugo Pinto / Who

Paginação
Tiago Rio (Director de Arte), Marta Casaca

Fotografia
Luís Salzedas

Editor DVD
Tiago Rio

Redacção
Avenida dos Bombeiros Voluntários, n.º 7 R/C esq. - 1675-108 Pontinha
Tel: 21 235 10 56
hype@mygames.pt

PUBLICIDADE
Director: Tiago de Sena
tiagosena@sic.pt

Coordenadora: Vanda Machado
vandamachado@sic.pt

Edifício São Francisco de Sales
R. Calvet de Magalhães, 242, Laveiras
2770-022 Paço de Arcos
Tel.: 21 469 83 74

Periodicidade
Mensal

Assinaturas: **214 337 036**
Correio: VASP Premium, Apartado 1172
2739-511 Agualva-Cacém

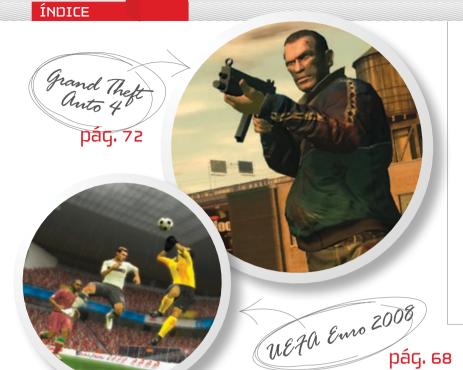
Depósito Legal
263436/07

Registo no ICS
n.º 125283

Distribuição VASP - Distribuidora de Publicações, Lda.
Impressão SocTip - Sociedade Tipográfica S.A.
DVD-ROM Sony DADC

Tiragem deste número
18.000 exemplares

Membro

>> SUMÁRIO

INDÚSTRIA

OS NOVOS HERÓIS DA EA

A Electronic Arts promete um ano em grande com alguns dos seus melhores jogos. A Hype! andou pelo mundo a descobrir tudo o que há para saber sobre os novos trunfos desta editora.

pág. 30

TEMA DE CAPA:

WOW: Wrath Of The Lich King

A Hype! foi à sede secreta da Blizzard experimentar a nova expansão de World Of Warcraft e conversar com os principais designers do jogo. pág. 52

LITTLE BIG PLANET
pág. 44

MARIO KART WII
pág. 80

BOOM BLOX
pág. 70

METAL GEAR SOLID 4
pág. 62

A Rare abriu as suas portas para que os leitores da Hype! pudessem conhecer as novas versões de Banjo-Kazooie e Viva Piñata. pág. 38

NO DVD

ESPECIAL:
PLAYSTATION 3

A Sony escolheu a cidade de Londres para desvendar os jogos que tem em carteira para as suas consolas, nomeadamente a PlayStation 3. A Hype! registou tudo numa vídeo-reportagem exclusiva que inclui entrevistas com os produtores de **Resistance 2** e do serviço Home. Mostramos ainda trailers e imagens dos exclusivos PS3 agendados para os próximos meses.

MYGAMES ON DEMAND

A Hype! oferece uma subscrição semanal do MyGames On Demand, um serviço que permite jogar a dezenas de títulos PC por via digital. **Colin McRae: DIRT**, **Age Of Mythology**, **Fable**, **Just Cause** e **Hitman: Blood Money** são alguns dos jogos que podem ser livremente descarregados e jogados durante sete dias. Para activar o serviço basta registar-se no site MyGames e introduzir o código que se encontra no folheto encartado nesta revista.

DEMOS

RACE DRIVER: GRID

REDLYNX TRIALS 2

MAIS

ESPECIAL: GRAND THEFT AUTO 4

JOGO COMPLETO: TRACKMANIA NATIONS FOREVER

JOGO COMPLETO: RISING EAGLE

JOGO COMPLETO: SPACE HULK

ESPECIAL: MODS DE FUTEBOL

MAKING-OF: RESIDENT EVIL 5

E AINDA:

- *Made In PT: jogos portugueses*
- *jogos grátis*
- *comunidade de leitores Hype!*
- *dezenas de trailers de jogos*
- *BullGuard Internet Security 8.0*
- *Hype: Arcade: jogos indies*
- *links blogs sobre videojogos*
- *lista de sites favoritos Hype!*
- *links merchandising de videojogos*
- *wallpapers de jogos e assinaturas para foruns*
- *glossário*
- *agenda de jogos, filmes e concertos para Junho*

Hype! TV

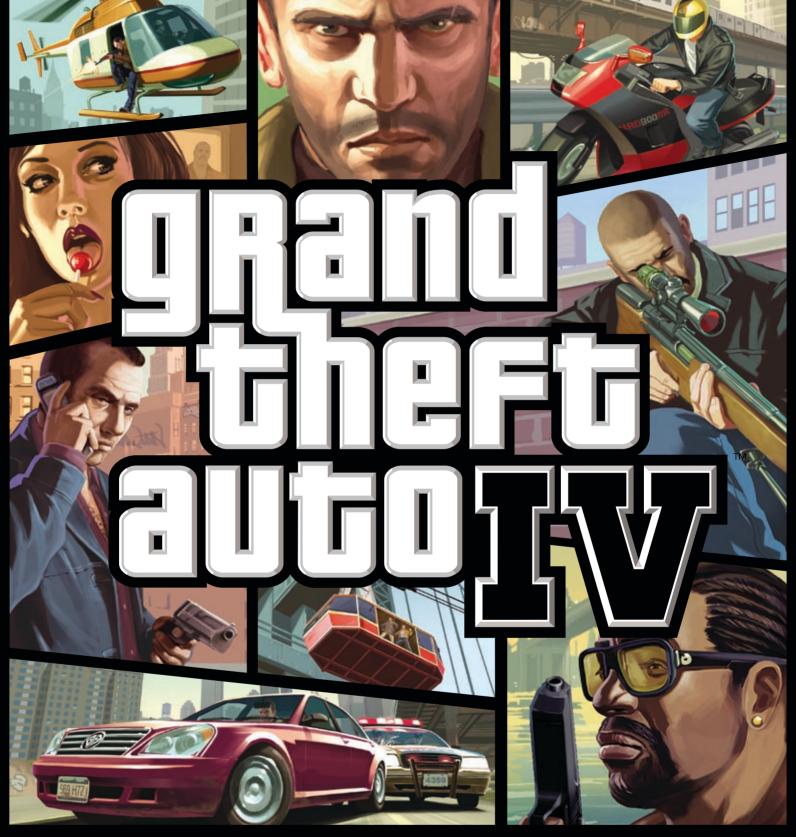
Todos os meses a equipa Hype! regista em vídeo os seus momentos mais divertidos, para os levar até aos seus leitores neste *reality show*. Nesta edição mostramos duas perspectivas diferentes sobre **Wii Fit**, o regresso dos bots humanos na rubrica "Incoming" e uma tourada à moda da Wii.

Magic: The Gathering Online

A Hype! oferece este mês a nova versão digital do jogo de cartas coleccionáveis com o mesmo nome. Esta edição contém as mais recentes expansões de Magic para que possam participar em duelos online com os amigos. ATENÇÃO: para criar uma conta no jogo é necessário pagar 10 dólares (cerca de 6,5 euros), quantia que pode ser redimida em ***decks*** e ***boosters***.

Próximo Nível

Produzido pelos leitores Daniel Silvestre e Luís Lemos, o Próximo Nível é um programa televisivo que inclui notícias, análises e uma mão-cheia de outras rubricas dedicadas ao mundo dos videojogos. Nesta edição da Hype! poderão visualizar os primeiros episódios, bem como um link para o site do Próximo Nível.

grand theft auto IV™

Já disponível

www.rockstargames.com/iv

MYGAMES ON DEMAND
JOGOS NUM CLIQUE

O serviço MyGames On Demand já está disponível a qualquer jogador que queira, por uma mensalidade, jogar os títulos disponíveis. Feito à medida de qualquer tipo de jogador, desde o mais casual até ao mais *hardcore*, este serviço tem a vantagem da variedade de escolha (actualizada mensalmente), do preço (três opções distintas), e da comodidade (basta um clique). Se o jogador não gostar de um título basta desinstalá-lo e descarregar através do MyGames Player mais um, dois ou dez, disponíveis no pacote escolhido.

1º Crie a sua conta MyGames

Registo

Para usufruir do MyGames On Demand, deve-se estar registado no site da rede MyGames.

Player MyGames

A transferência dos jogos para o computador é feita pelo Player MyGames, daí ser obrigatória a sua instalação.

Subscrever Serviço

Temos três pacotes disponíveis para subscrição: Pro, Play e Fun. Cada um tem uma lista de jogos possível de consultar online e que permite descarregar directamente através do Player MyGames. O jogo fica gravado no PC e pronto para jogar através da nossa aplicação.

Pacotes MyGames

Os subscritores dos pacotes MyGames On Demand podem jogar todos os títulos disponíveis nessa opção e em qualquer PC. Basta estar registado na rede MyGames.

MyGames PRO
O pacote mais completo
por apenas €14,90 por mês.
SABER MAIS

Destaques

PRO
Hitman: Blood Money
Fable
Age Of Mythology
Just Cause
Colin McRae: DIRT

PLAY
Deus Ex: Invisible War
Shellshock Nam'67
Hitman 2: Silent Assassin
Ghost Master
Project Eden

FUN
Tomb Raider: Chronicles
Age Of Empires
Project: Snowblind
Startopia
Daikatana

FAQs

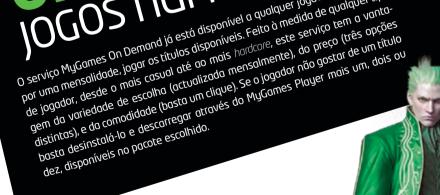
Após a subscrição, posso alterar para outro pacote?
Sim, mas só no mês seguinte é que tem efeito.

O vosso serviço de pagamentos é seguro?
Todas as informações disponibilizadas são sigilosas. Desta forma, quando se compra no MyGames, além de comodidade, rapidez e facilidade garantimos segurança máxima.

Posso manter um jogo depois de ter cancelado a subscrição?
Não, o serviço e o acesso aos jogos do MyGames On Demand apenas estão disponíveis para subscrições activas.

Como modificar/cancelar a minha subscrição?
Pode-se renovar a subscrição através da loja MyGames. Para cancelar a subscrição deve-se enviar um e-mail para **ajuda@mygames.pt**.

Antivírus, firewalls e programas de partilha de ficheiros?
Todos os antivírus, firewalls ou qualquer outro programa que controle o acesso à Internet, têm de ser configurados de forma a permitir a comunicação do Player MyGames. Caso surja uma mensagem de alerta do antivírus ou da firewall, deve-se autorizar a comunicação ao executável "Gplayerexe", para ter acesso à Internet. Se não o fizerem, é impossível jogar. Antes de se começar a descarregar os jogos, convém desactivar os programas de partilha de ficheiros, para evitar a demora do processo.

Incompatibilidades do Player MyGames.
O Player MyGames é incompatível com Windows 64 bits, Linux e MAC. É também incompatível com o Safari.

EA SPORTS CRIA NOVAS MARCAS

O apoio da EA Sports à Wii passou a ser inequívoco. O director da divisão de desporto da maior editora de jogos do mundo, Peter Moore, anunciou em Vancouver o EA Sports All Play. Este selo passará a ser ostentado por todos os jogos Wii e é garante de que os títulos foram desenvolvidos de raiz a pensar nas características próprias da consola da Nintendo. Um bom exemplo é o novo Madden NFL que, além de ter uma interface mais simplificada, apresenta um mentor que instrui o jogador ao longo da acção.

A pensar num mercado mais casual e abrangente surge a sub-marca EA Sports Freestyle. O catálogo desta divisão será recheado por jogos de desporto alternativos, que não estarão ligados obrigatoriamente às licenças, e terá como objectivo cativar um público de todas as idades e géneros. O primeiro da fornada é **FaceBreaker**, que é desvendado na reportagem sobre a EA publicada nesta edição (pág. 30).

SOUNDBYTES

«Todos os jornalistas querem fazer-nos crer que Oblivion foi uma obra-prima, que o Peter Molyneux não é um velho vigarista e que o Dungeon Siege não passava de um screensaver».

VINCE D. WELLER, DESIGNER PRINCIPAL DO JOGO THE AGE OF DECADENCE

[Sobre a Wii] «É um vírus que se espalha quando mostramos a consola aos nossos amigos. (...) Ao fim de dois meses paramos de jogar Wii, os nossos amigos também mas, nessa altura, eles já mostraram a consola a outras pessoas e o vírus propaga-se. Toda a gente que conheço comprou uma Wii mas já ninguém liga a consola».

MIKE CAPPS, PRESIDENTE DA EPIC GAMES

[Sobre a pirataria de jogos PC] «Se perguntarem a um jogador PC o que ele pensa do John Carmack, responderá que ele é um herói. Tim Sweeney? É um herói. Ken Levine é um herói. E apesar disto, muitos destes jogadores não têm vergonha de roubar os seus próprios heróis».

ROY TAYLOR, VICE-PRESIDENTE DA NVIDIA

«A violência e o niilismo que toda a gente associa ao hip-hop é multiplicado por 18 vezes nos videojogos. É isto que está a dominar a cultura juvenil masculina, isto é realmente o novo rock 'n' roll».

NELSON GEORGE, ESCRITOR, JORNALISTA E REALIZADOR DE CINEMA

«Nunca me ouvirão dizer que a prática desportiva não é divertida. Mas ela requer austeridade e disciplina. Ela garante realização pessoal. Nunca será possível obter tal sensação num videojogo. Não é realmente atingir o sucesso».

JACQUES ROGGE, PRESIDENTE DO COMITÉ OLÍMPICO INTERNACIONAL

My Baby
Girl Boy
Tome conta do seu bebé tal qual na vida real!
Veja-o crescer dia-a-dia:
desde o seu nascimento
até aos seus 1.ºs passos.
A sua evolução e os seus
sorrisos serão a sua grande
recompensa. .
Alimente-o, passeie com ele,
vá as compras e compras
as roupas mais giras, brinque
com ele, dê-lhe banho.
Horas de ternura e alegria
para partilhar com o seu bebé..
Escolha o bebé que quiser.
Uma menina ou um menino.
Louro, ruivo, castanho...cabelo.
Azuis, verdes, castanhos... olhos.
Fale com ele, o seu bebé vai
reagir a cada uma das suas palavras.
Vai ter que falar com ele
para o tranquilizar, acalme-o
ou anime-o..
Utilize o estilete para interagir
directamente com o seu bebé:
faça-lhe cócegas, acaricie-o,
abrace-o
...sempre que quiser.
2 meses "Fase do cocó"
4 meses "hora do banho"
6 meses "Hora da refeição: tão gulo!"
9 meses "A sua 1.ª pasta de tomate"
12 meses
"Hora da brincadeira - o seu 1.º tapete de actividades"
14 meses "cá vamos! Os seus 1.ºs passos"
www.my-baby-girl.com
www.my-baby-boy.com
3+
www.pegi.info
NINTENDO DS
Dancing Dots
CAPITALGAMES
TORNAMOS REALIDADE AS SUAS FANTASIAS
NOBILIS
" MY BABY GIRL © " e " MY BABY BOY © " são o mesmo jogo. Em " My Baby Girl © ", o seu 1.º bebé será um menina. Em " My Baby Boy © ", o seu 1.º bebé será uma menino.
Em ambas as versões pode escolher entre uma menina ou um menino como seu 2.º bebé.
MY BABY BOY – MY BABY GIRL © 2007-Nobilis, MY BABY BOY – MY BABY GIRL e a Nobilis, os logótipos de MY BABY BOY – MY BABY GIRL são marcas comerciais ou marcas comerciais registadas da Nobilis. Todos os direitos reservados. Todas as restantes marcas comerciais são propriedade dos seus respectivos proprietários. CAPITALGAMES é marca registada da Infocapital S.A.

Exclusivos: uma espécie em extinção

BRIAN ASHCRAFT

Brian Ashcraft é o Editor Nocturno do popular blogue de jogos Kotaku.com.

É também Editor Colaborador na revista Wired e cobriu tecnologia, videojogos e cultura pop em numerosas publicações.

Antes, trabalhou para Quentin Tarantino em Hollywood.

Originário do Texas, vive actualmente no Japão com a sua mulher e filho.

Odeia tomate.

Exclusivo *third party*. A dada altura esta expressão significou algo. Algo para os possuidores de consolas e, mais importante, para os fabricantes de consolas. Mas ainda manterá o seu significado? Ou o facto dos exclusivos *third party* temporários se tornarem multiplataformas um após o outro tornou a expressão completa e absolutamente vazia de sentido? Certo, os exclusivos produzidos pelas criadoras das consolas, como a série **Mario** da Nintendo, ou **God Of War**, da Sony, são tão importantes como sempre foram. Mas o que dizer de exclusivos de terceiros? A Capcom levou **Devil May Cry 4**, percebido como um exclusivo PS3, também para a Xbox 360. E agora, com **Final Fantasy 13** aparentemente ainda a anos de distância, resta este exclusivo *third party* à PS3: **Metal Gear Solid 4**.

Desde que a Xbox 360 foi colocada à venda e que Hideo Kojima apareceu na festa de lançamento da consola no bairro de Aoyama, em Tóquio, correram rumores de que MGS4 seria lançado na Xbox 360. Voltando a Abril de 2007, o meu companheiro editor do Kotaku, Luke Plunkett, perguntou a Kojima porque é que esse rumor não morria. «Porque os possuidores de uma Xbox 360 querem o jogo na Xbox 360, obviamente», respondeu Kojima. Mesmo quando compareci na 20ª Festa de Aniversário de Metal Gear no chique Hotel Ritz Carlton, a Microsoft espreitava nas sombras. Literalmente avistei o patrão da Xbox Japão, Takahashi Sensui, a bebericar vinho branco. Quando questionado sobre a sua presença no evento, Sensui declarou ser amigo de Kojima. Gostaria de ver Metal Gear Solid 4 na Xbox 360?, perguntei. A resposta dele: «claro, mas qual é a intenção de Kojima?».

Kojima queria o jogo na PS3. Na 20ª Festa de Aniversário de Metal Gear, praticamente todas as dúvidas de que o jogo seria um exclusivo Sony se dissiparam. O lobby de entrada da festa estava recheado de ornamentados arranjos florais de Ken Hirai e outros executivos da Sony. Sequências de jogo *in-game* mostradas por Kojima apresentavam Old Snake com um controlador Sixaxis na mão. Quaisquer dúvidas que persistissem foram totalmente espezinhadas na conferência de imprensa de Metal Gear Solid 4 realizada, em Maio, num cinema localizado no complexo imobiliário Roppongi Hills. O líder da Sony Computer Entertainment, Kaz Hirai, apresentou-se em palco congratulando Kojima por finalizar o jogo e jurou oferecer apoio publicitário. Yep, cá está ele, um verdadeiro exclusivo AAA!

Nessa conferência de imprensa no chique Roppongi Hills, correu o rumor de que a Konami iria fazer um anúncio relacionado com o previsto filme "Metal Gear Solid". Nada aconteceu. Em vez disso, a imprensa em geral foi atingida com *product placement* atrás de *product placement in-game*. N'á problema! O jogo foi caro, insanamente caro. A Konami tem de recuperar o investimento de alguma maneira. Embora muitos jogos AAA entreguem a empresas de *outsourcing* a produção de alguns elementos menos importantes, Kojima fez tudo dentro de portas. Por exemplo, em vez de entregar a *outsourcers* coisas como texturas *in-game* para vasos, a Kojima Productions tinha uma equipa interna para fazer isso! Nada de optimização de custos. Na conferência de imprensa, houve a oportunidade de percorrer 40 minutos de jogo numa enorme tela de cinema, à medida que debitava som Dolby Digital. De alguma forma, pareceu adequado para um jogo com tais sequências cinematográficas. Mas estará destinado a ser jogado apenas na PS3? Segundo Kojima, sim. Este jogo foi especialmente desenhado para a consola da Sony. Diacho, em entrevistas à imprensa japonesa, Kojima tem dito que um único disco Blu-ray não é suficiente para este jogo. Ele ainda quer mais espaço!

Recordem-se. Quando **Grand Theft Auto 4** foi lançado, toda a gente estava feliz. Toda a gente. Bom, não toda a gente, mas quase. Os possuidores de uma PS3 ficaram contentes por poderem ter o jogo, e os possuidores de uma Xbox 360 estavam eufóricos por poderem ter o jogo. Quem possuía as duas consolas podia escolher a versão que mais gostava! Comprei a versão PS3 importada na minha loja local aqui em Osaka porque, bom, não havia a versão para Xbox 360. Mas, ei, fiquei feliz por ter o jogo! E foi lançado sem o mínimo vestígio de ressentimento por parte dos mais desfavorecidos e fez uma tonelada de dinheiro. Mundialmente, foram distribuídas seis milhões de cópias do jogo, somando 500 milhões de dólares na sua primeira semana. Pensem nisso. Seis milhões de cópias numa semana. Quinhentos milhões de dólares. Toda a gente feliz. Especialmente a Rockstar. Ryan Payton, produtor na Kojima Productions, foi citado como tendo dito que Metal Gear Solid 4 necessitaria de vender um milhão de cópias no seu primeiro dia para conseguir gerar lucro. Payton afirma ter sido mal citado e garante nunca ter dito tal coisa, mas se o orçamento de MGS4 for mesmo acima dos 100 milhões de dólares, como tem sido sugerido, o jogo vai precisar de meter um belo número de unidades a circular. Imaginem se houvesse uma versão para PC e outra para Xbox 360. Imaginem quantas cópias mais venderia. Quantos mais jogadores poderiam experimentar MGS4. Seria bem porreiro para MGS4 enquanto jogo, não?

Claro, algumas empresas, como a Capcom e a Sega, estão a levar muito a peito este modelo de negócio multiplataformas e a lançar basicamente tudo o que produzem para todas as consolas imagináveis. Sabem porquê? É bom para elas enquanto empresas e é bom para os jogadores. Elas não trabalham para a Sony ou a Microsoft. Mais sucessos multiplataforma esmagadores como GTA 4 vão gerar mais jogos multiplataforma. Mais jogos multiplataforma significa menos guerras entre *fanboys* estúpidos. E isso significa mais debate sobre o que interessa: os jogos. São bons? São maus? Etc.

Avistei o patrão da Xbox Japão, Takahashi Sensui, a bebericar vinho branco na festa de aniversário de Metal Gear. Quando questionado sobre a sua presença no evento, Sensui declarou ser amigo de Kojima. Gostaria de ver Metal Gear Solid 4 na Xbox 360?, perguntei. A resposta dele: «claro, mas qual é a intenção de Kojima?».

Exclusivos *third party* como Metal Gear Solid 4 são uma espécie em extinção. Por isso aproveitem-nos enquanto podem. O jogo é grande e sem concessões – um recuo para a geração anterior. Deve Kojima ser culpado por isso? Em última análise, não. Mas devemos continuar a esperar por exclusivos *third party* AAA? Em última análise, não. Isto é, até Final Fantasy 13 ter uma data de lançamento e começarem a correr rumores de que será lançada uma versão para Xbox 360.

NIKO MAIS FAMA QUE PROVEITO

Niko Bellic é a personagem de videojogos que mais aparece na televisão nestes últimos tempos. Os anúncios de **Grand Theft Auto 4** rodam constantemente em todo o mundo. Na rádio norte-americana o panorama é semelhante. E a verdade é que esta massiva campanha promocional está a dar os seus frutos: a Take 2 e a Rockstar Games já arrecadaram mais de 600 milhões de dólares (380 milhões de euros) em pouco mais de um mês.

Porém, o actor que representa esta carismática personagem - Michael Hollick - só recebeu cem mil dólares (63 mil euros) pelo trabalho de voz e de *motion capture* que protagonizou. Se GTA 4 fosse um filme, este actor norte-americano já teria recebido uma quantia bastante mais avultada em direitos de autor graças à difusão da sua voz pelos media convencionais.

Contudo, GTA 4 não é um produto cinematográfico e os estatutos do sindicato dos actores norte-americanos não possui qualquer referência a este tipo de trabalhos. Algo que está a deixar actores como Michael Hollick profundamente desagradados com a situação visto não verem os seus direitos acautelados pela organização que os deveria defender. A indústria de videojogos é que não pára de facturar.

CRECENTE ON

Brian Crecente

A E3 ainda faz sentido?

Chamem-lhe um render de guarda, a sucessão de uma dinastia, mas a indústria dos videojogos está à beira de algumas mudanças gigantescas aqui nos Estados Unidos.

Tudo começou há dois anos quando foi anunciado que a feira anual E3, em tempos a maior do mundo, tinha sido degolada e pontapeada para o chão pelo presidente da Entertainment Software Association (ESA).

A exposição era demasiado grande, defendeu o presidente da ESA, demasiado pesada, demasiado cara. Mas, lendo nas entrelinhas, parecia também estar a dizer que num país onde os videojogos, em tempos o bastião dos passatempos adolescentes, se tinham tornado *big business* e uma paixão mainstream, a E3 já tinha servido o seu propósito. Verdade, a feira não estava completamente morta, a ESA e as editoras que formam a sua administração decidiram reduzi-la drasticamente e movê-la para Santa Monica.

E fizeram-no, descobri recentemente, com custos elevadíssimos, pagando mais de 5 milhões de dólares (3 milhões de euros) ao Los Angeles Convention Center para cessar um contrato que os teria forçado a manter o evento até 2012. Para piorar as coisas, no final do ano passado, a associação recuou na sua decisão e optou por esgueirar-se de novo para a cidade dos anjos, para receber um evento muito menor este ano.

Mas nem todos querem fazer parte do evento, alguns não querem sequer fazer parte da ESA. Com uma multa de 5 milhões de dólares para pagar e uma queda brusca em receitas, devido às menores dimensões da E3, a associação decidiu o ano passado quadruplicar as taxas que as editoras pagam para fazerem parte da ESA.

O salto nos custos e a queda em termos de visibilidade levou a que três editoras, a Vivendi, a Activision e a LucasArts, desistissem da associação... até agora. Com a E3 a apenas semanas de distância, mais gente na indústria, de analistas aos *media* e às próprias editoras, começa a questionar se haverá sequer uma E3. E se não houver E3, acreditam alguns, qual seria a necessidade de uma associação?

Fundada em 1994, a ESA foi um bebé de Doug Lowenstein que a serviu enquanto presidente até ao ano passado. O grupo foi formado numa época diferente, para lidar com situações que não são tão prevalentes como outrora. Em meados dos anos 90, a ideia de videojogos enquanto passatempo para crianças não era um mito, era uma realidade, e conseguir que os *media* mainstream lhe prestassem atenção parecia ser um desafio por vezes insuperável sem a ajuda de um evento tipo circo que fosse tão colorido e *over the top* que fizesse os jornais e canais noticiosos sentirem-se compelidos a cobri-lo.

Mas à medida que a geração Nintendo e a geração Atari cresceu até se tornar nos políticos, jornalistas e analistas de hoje, a necessidade de criar um tal centro das atenções foi-se desvanecendo. A feira do ano passado não captou muita atenção dos *media* mas ainda assim a indústria conseguiu bastante presença nos jornais, rádio e televisão. A E3, parece, tornou-se irrelevante.

Do que a indústria necessita, julgo, é de uma organização empresarial mais escorreita e agressiva, mais pequena e eficiente, mais bem equipada e preparada para lidar com desafios legais. Uma organização preparada para a tempestade de atenção mediática que está à porta, e que está destinada a submeter os videojogos ao mesmo tipo de baptismo de fogo que todos os novos media, da música à banda desenhada, tiveram de sobreviver para merecer o direito de se considerarem arte. A questão é saber se a ESA e o seu novo presidente estão preparados para desempenhar esse novo papel, ou se estão sequer conscientes de que ele existe.

Só o tempo e mais uma E3 o dirão.

Brian Crecente é o editor-chefe do site de jogos Kotaku. É também um colaborador regular da revista Wired, da Variety, da Playboy, da MSNBC e da revista 360. Vive em Denver, no Colorado, com a sua mulher e filho, Tristan.

HARDCORE

GTA 4

Após seis milhões de jogos vendidos na primeira semana de comercialização, a Rockstar Games pulverizou todos os recordes da indústria de entretenimento. O filme com a melhor estreia semanal de sempre - "Pirates Of The Caribbean" - ficou quase a cem milhões de dólares de distância.

SHIGERU MIYAMOTO

Com Wii Fit a conquistar famílias no mundo inteiro, Shigeru Miyamoto é um dos designers de jogos mais influentes da actualidade. Pelo menos, esse deve ser o pensamento dos leitores da revista TIME que elegeram o pai de Super Mario como a personalidade mais influente de 2008.

SOFTCORE

JOGOS PC

O director da Crytek (Far Cry; Crysis), Cevat Yerli, afirmou que a sua empresa nunca mais vai criar exclusivos PC devido às fracas vendas comparadas com o mercado de consolas. Será que jogar computador é um passatempo em vias de extinção?

THQ

A THQ teve um ano de 2007 aquém das expectativas sem crescimento nas vendas e um prejuízo final a rondar os 23 milhões de euros. Cerca de 250 trabalhadores vão ser dispensados para estancar os custos operacionais e recolocar a editora no trilho do sucesso.

KAME HAME HA!!!!

Os fãs da série DragonBall têm razões para estarem atentos à estreia de Songoku e companheiros na PlayStation 3 e Xbox 360, uma passagem que traz uma melhoria gráfica e um aspecto cada vez mais próximo da animação japonesa.
Para saber mais, estivemos à conversa com o produtor Yasu Nishimura na ExpoManga 2008. É agora possível competir com jogadores de todo o mundo através do modo online, ou avançar num modo história. Esta última opção recria os combates mais marcantes desde a saga dos Super Guerreiros até ao final da saga Cell. Nishimura comentou ainda estar a trabalhar em novos projectos. No entanto, fica a garantia de que se vão «afastar dos estilos Budokai e Tenkaichi». Será que podemos esperar um possível jogo de aventura ou mesmo um RPG para as consolas domésticas? Seria a resposta às preces dos fãs que há muito aguardam por uma abordagem diferente na série.

WWW.DRAGONBALLPT.COM

A HYPE! ERROU

Na Hype! nº 8, na secção Retro (pág. 105), onde se lê a data "1990", no canto superior esquerdo, deverá ler-se "1997", a data correcta do lançamento de Grand Theft Auto. Pelo facto pedimos a vossa compreensão.

SUPER SMASH BROS.™ BRAWL

SMASH. BASH. BRAWL.

Estás pronto para entrar em acção na maior arena Smash Bros. de sempre? Desfruta de toda a emoção (Brawl) com ícones da história dos vídeo-jogos como Mario, Link, Sonic e Solid Snake. Assim que estiveres pronto, avança para os combates online via a ligação Nintendo Wi-Fi Connection. Depois da confusão instalada e do impacto final, quem sairá vencedor?

12+ Wii

Então e aquela cena em que... Recordam-se de outros momentos memoráveis da saga Metal Gear Solid? Visitem a área Hype! em **http://forum.mygames.pt** e partilhem a vossa dica.

10 CENAS MEMORÁVEIS DE METAL GEAR SOLID

Metal Gear Solid 4 está prestes a chegar aos escaparates. A Hype! entrou na máquina do tempo e recuperou dez sequências inesquecíveis de uma série fundamental nas consolas PlayStation. Atenção: esta rubrica tem spoilers, por isso, se ainda não terminaram os três primeiros episódios, fechem os olhos e virem a página.

BIG BOSS BATE CONTINÊNCIA

No final de Snake Eater, Naked Snake acaba por descobrir que a sua antiga mentora afinal não o traiu, tendo antes sacrificado a própria vida para se infiltrar no bloco soviético. Depois de ser condecorado e baptizado por Big Boss, Snake visita a campa de The Boss depositando aí um ramo de flores e batendo continência à sua mãe espiritual. Uma lágrima escorre-lhe rosto abaixo.

O ARRANQUE DE MGS 2

O segundo capítulo de Metal Gear Solid caiu que nem uma bomba na PlayStation 2. A sequência inicial – em que Solid Snake salta da ponte George Washington de Nova Iorque rumo a um navio militar – é um daqueles raros vídeos que só por si vendem consolas. Os relâmpagos e o som das ondas a bater no barco ainda hoje ecoam nos ouvidos dos fãs da série.

PSYCHO MANTIS

Este antigo membro do FBI e KGB é um dos vilões mais carismáticos da saga Metal Gear. Para além de ler os conteúdos do cartão de memória (tecendo comentários sobre a frequência com que o jogador grava a campanha ou o tipo de jogos de que ele mais gosta), Mantis mergulha o ecrã na escuridão obrigando o jogador a sintonizar novamente o canal de vídeo. A única forma de iludi-lo é ligar o *gamepad* *ao port 2* da PSOne.

A ESCADA DE MGS 3

Só Hideo Kojima seria capaz de transformar o trepar de uma escada numa cena *cool*. São dois minutos sempre a subir, pelo interior de uma montanha, que nos deixam a pensar no sentido da vida enquanto se escuta em fundo a versão jazzy de "Snake Eater" cantada por Cynthia Harrell. Há quem apelide esta escada como o *boss* mais difícil de toda a série.

RAIDEN TIRA A MASCARA

Findo o capítulo inicial de MGS 2, Solid Snake cede o papel principal a Raiden, um jovem combatente da unidade FOXHOUND que não passa de uma marionete nas mãos dos The Patriots. Ainda hoje há fãs que não recuperaram do choque: como esquecer a cena em que Raiden tira a máscara e deixa os seus cabelos louros a esvoaçarem ao vento?

FISSION MAILED

Raiden e Snake enfrentam vários terroristas num tiroteio que parece infindável. Subitamente, a acção fica reduzida a uma janela no canto superior esquerdo do ecrã e surge a mensagem "Fission Mailed". Vencida a batalha, a trama de MGS 2 prossegue como se nada de anormal se tivesse passado.

HAL, I MISS YOU

Depois de Emma falecer nos seus braços, Otacon retira de uma gaiola o papagaio da irmã. Primeiro, o pássaro chama por Hal mas, passados alguns segundos, o papagaio grita "Hal, I miss you... Hal, I miss you". Otacon não resiste e desfaz-se em lágrimas: é como se a alma de Emma falasse do Além.

GRAY FOX

No final de Metal Gear Solid, os jogadores descobrem que o temível Cyborg Ninja é Gray Fox, o antigo mentor e melhor amigo de Solid Snake. Num titânico combate contra Liquid Snake aos comandos do Metal Gear Rex, Gray Fox fica sem um braço e é esmagado por uma das patas do aparelho, não sem antes avisar o herói para nunca se deixar manietar pelo Governo e lutar apenas por aquilo em que acredita. Uma ideia-chave de toda a série.

A GRANDE CABALA

Metal Gear Solid 2 é um título fantástico mas o seu epílogo deixou os fãs completamente petrificados. Em poucos minutos descobre-se que tudo não passou de um exercício de treino orquestrado pelos Patriots, Snake diz a Raiden que o mundo não passa de uma grande ilusão e o jogador fica sem saber se tudo aquilo que jogou foi verdade ou um simples delírio de Hideo Kojima.

O CRIME NÃO COMPENSA

Solid Snake acorda num pântano em chamas. Enquanto avança rio abaixo, a chuva apaga o fogo e surge-lhe ao caminho The Sorrow, um antigo membro da unidade Cobra dotado de invulgares poderes psíquicos. Para escapar ao vilão, Snake é forçado a andar lentamente pelas águas enfrentando os fantasmas de todos os homens que assassinou desde o início do jogo.

UMA NÁRNIA DIFERENTE

Eles não queriam acreditar. Afinal só passara um ano desde a última visita através daquele guarda-roupa que alterou as suas vidas. Mas a verdade é que Nárnia mudou. Tudo mudou. **NUNO FOLHADELA, EM MANCHESTER**

«Esta vai ser a maior e mais envolvente experiência do mundo de Nárnia», promete o produtor de **The Chronicles Of Narnia: Prince Caspian**, Oliver Barder. O mundo mágico criado por C.S. Lewis está de volta na adaptação cinematográfica do seu segundo livro, "As Crónicas De Nárnia: Príncipe Caspian". É uma mega produção da Disney que, como não podia deixar de ser, surge acompanhada de um videojogo, que a Hype! foi descobrir, em exclusivo, no magnífico castelo de Peckforton, a uma hora de viagem de Manchester.

Há algumas razões para acreditar nas palavras de Oliver. O jogo está ser desenvolvido pela Traveller's Tales, responsáveis por **LEGO Star Wars**, em conjunto com o realizador do filme, Andrew Adamson e a sua equipa de efeitos especiais. É uma parceria que proporciona uma forte ligação entre as duas obras, a começar pela narrativa, apresentada de modo invulgar mas eficaz. É o jogador quem escolhe a ordem dos níveis em que quer jogar. Inicialmente não estão todos disponíveis, mas vão sendo desbloqueados à medida que se cumpre uma série de objectivos. É uma forma de quebrar a linearidade da história ao mesmo tempo que oferece todos os momentos mais emblemáticos do filme.

Todos esses capítulos vão divergir entre dois estilos, havendo uns mais centrados na acção estilo *hack 'n' slash* e outros na resolução de puzzles.

Com a missão de restaurar a paz de Nárnia, cabe ao jogador controlar um impressionante número de personagens jogáveis para atingir esse fim. Contem com Minotauros, Centauros, Anões, Humanos, Grifos, Gigantes e até com uma árvore! São mais de 20 seres que ajudam a criar uma maior imersão neste universo, através das suas diferentes perspectivas, cada um com características únicas, como o Anão que consegue passar por pequenas aberturas e lançar um gancho para aceder a pontos altos, ou o Príncipe Caspian que também é jogável e consegue lançar ataques de longa distância com o seu arco e flecha.

Tudo pode acontecer

A opção para dois jogadores vai marcar presença e será um dos pontos fortes do título, com o segundo jogador a poder entrar e sair sempre que quiser, mas apenas no modo offline.

«Surpreender o jogador constantemente, permitir que ele esteja sempre a experimentar novas situações» é uma ideia repetida constantemente por Oliver Barder. E dá para sentir isso, pois se num minuto é possível estar a combater com hordas de inimigos, noutro é preciso fugir às costas de um Grifo e logo de seguida ter que usar um canhão para abater uma frota de Telmarinos. É uma dinâmica que se mostra divertida, sempre alternando a acção com um pressionar de botões ao estilo de **God Of War**.

De todas as versões de Príncipe Caspian, apenas a da DS se mostra como um título diferente, ao apresentar um RPG de combate por turnos e com ênfase na exploração do mundo de Nárnia, numa aventura que tenta dar uso às capacidades da consola portátil: a maioria dos controlos são feitos com o stylus e algumas situações obrigam a mudar a posição da consola, para ela parecer um livro.

O jogo **O Leão, a Bruxa e o Guarda-Roupa** foi uma surpresa agradável em 2006. É verdade que não fez nada de novo e está longe de ser um clássico, mas apresentou-se fiel ao universo de Nárnia e acima de tudo, era divertido. **Prince Caspian** quer seguir esse caminho. Junta vários elementos dos jogos Traveller's Tales e aposta numa constante actividade ao longo dos níveis. Ficamos a aguardar pelo resultado final.

WWW.DISNEY.CO.UK/DISNEYINTERACTIVESTUDIOS/PRINCECASPIAN
DISNEY.GO.COM/DISNEYPICTURES/NARNIA
WWW.NARNIAWEB.COM

Mad World

SEGA MAIS **HARDCORE**

MadWorld é violento. A descrição feita pelos seus produtores perante uma plateia de jornalistas europeus boquiabertos, depois de terem visto as imagens, é de "hiperviolento". Curiosamente é um título desenvolvido para a Wii, uma consola considerada familiar.
Este é um exemplo do que a produtora nipónica Platinum Games quer trazer ao mercado com as suas novas apostas, editadas e anunciadas pela Sega neste evento que reuniu a imprensa especializada em Londres: jogos diferentes e que quebrem a tendência do mercado. Principalmente as do mercado japonês em que a maioria das produtoras se dedicam a fazer jogos casuais e familiares.
«Queremos criar jogos que inspirem e que criem um impacto nos jogadores. Não há muita gente que tenha pensado "um dia quero fazer jogos", depois de ter jogado Brain Training para a DS», afirmou Atsushi Inaba (God Hand, Okami), o principal produtor da empresa japonesa.
É uma vontade que vai ao encontro do desejo da Sega em concretizar dois objectivos vitais na sua estratégia mundial: criar novos títulos e garantir uma posição na fatia do mercado dedicada aos jogadores mais experientes.

Uma oportunidade
Talvez MadWorld seja um deles... Este jogo de acção apresenta uma estética visual muito similar à da banda desenhada "Sin City", de Frank Miller, onde o preto e o branco servem de fundo a muito sangue vermelho. Esta violência assumida, com uma dose de humor bastante "negro", baseia-se nos movimentos do Wii Remote para atirar inimigos contra paredes cheias de picos, enfiar postes na cabeça dos adversários ou arrancar-lhes o coração como uma ***fatality*** de Mortal Kombat.
Outro dos destaques foi **Bayonetta**, um jogo dirigido por Hideki Kamiya, criador de Devil May Cry. A informação dada aos jornalistas foi limitada, mas o director criativo da Platinum avançou que a personagem principal é uma bruxa que, além de poderes mágicos, tem uma pistola presa em cada tacão dos seus sapatos de salto-alto. É um jogo de acção que Kamiya garante cumprir as promessas feitas há sete anos atrás com Devil May Cry. «Os jogos de acção expandiram o conceito que criámos há sete anos? Eu acredito que não. Nós como criadores desperdiçámos [ao longo destes anos] uma oportunidade de tornar as coisas melhores, mais fluidas, intensas e envolventes».

Mais modesto na quantidade de sangue mostrado e também num estilo totalmente diferente surgiu **Infinite Line**, um ambicioso RPG espacial baseado na obra de Arthur C. Clarke, "Childhood's End". Os jogadores neste complexo jogo, que sairá em exclusivo para a DS, terão a oportunidade de controlar, construir e personalizar mais de 150 naves totalmente distintas. Ou seja, «o jogador poderá viajar pelo Universo e tornar-se no capitão da sua nave, como o Capitão Kirk em Star Trek», resumiu o produtor Hifumi Kuono (Steel Batallion), da produtora Nude Maker.
MadWorld, Bayonetta e Infinite Line são as primeiras apostas da Platinum Games, produtora herdeira da extinta Clover (Capcom). A estes três títulos irá juntar-se um quarto, o último do lote "encomendado" pela Sega. Para já, a única informação que a editora e a produtora independente revelaram foi o nome do seu criador: Shinji Mikami, a mente por detrás de Resident Evil 4 (ver pág. 83 da Hype! nº 1). ***R.G.A.***

WWW.SEGA-EUROPE.COM
WWW.PLATINUMGAMES.CO.JP
WWW.NUDEMAKER.JP

Infinite Line

Bayonetta

A correspondência pode ter de ser editada para publicação.

CONTACTEM-NOS!
Coloquem-nos questões, protestem, critiquem, sugiram conteúdos, segredem-nos ao ouvido. É fácil: basta enviar um e-mail para leitoreshype@mygames.pt ou escrever para
Hype! - Rede MyGames
Avenida dos Bombeiros Voluntários, n. 7, R/C esq.
1675-108 Pontinha.

Esta carta ganhou um GTA4!

CARTA DO MÊS

Jogos de mãe

Olá! Podem não acreditar mas tenho 49 anos e jogo PlayStation. Sou mãe de dois filhos e o mais velho, há uns anos, convenceu-me a jogar o **Final Fantasy 10** e aceitou estar ao meu lado sempre que o jogasse para me ajudar. Desde aí a vontade de continuar a fazê-lo cresceu e, embora o meu filho me tenha tentado convencer a jogar **Grand Theft Auto** (gosto, mas não é dos meu preferidos), **Pro Evolution Soccer** (não percebo nada de futebol) e mais outros, fiquei-me pelos jogos de *role-play* e adorei tanto outros Final Fantasy como os **Kingdom Hearts**.

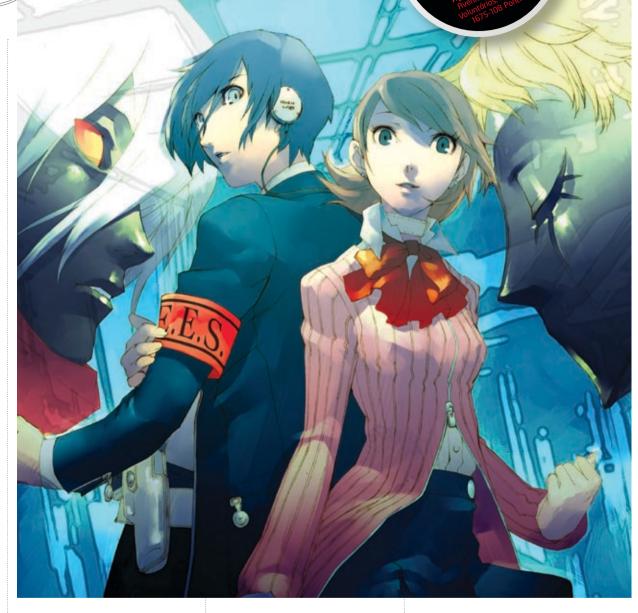
Por isso foi grande o meu pesar quando descobri que um novo RPG, o **Persona 3**, não vai ter, em princípio, a sua versão extra (Persona 3 FES) comercializada na Europa. De facto, essa notícia só deixou de me entristecer quando soube que ia sair o **Persona 4** no Japão, o que significa que pode vir para cá em breve.

A minha pergunta é a seguinte: qual a razão de alguns jogos saírem na América e Japão e não saírem na Europa? Não justifica o investimento? Temos um mercado europeu assim tão pouco interessado nos videojogos?

Não devo ser a única a sentir pena por causa desta incompreensível falta de respeito por nós, europeus, e gostava de mostrar o meu descontentamento.

P.S.: Só para vocês terem noção, o meu filho convenceu-me a dar-lhe uma PlayStation 3 com a promessa de me ajudar no **Final Fantasy 13** quando sair!

Cristina Moreira, via e-mail

A Europa é um mercado fragmentado, com culturas e interesses distintos, que dá trabalho extra no que respeita à localização dos jogos (Francês, Espanhol, Italiano, Alemão...), entre muitos outros factores. Como tal, nem sempre as perspectivas de venda nos diferentes mercados europeus justificam que alguns títulos cheguem cá. E não são raras as vezes em que são lançados apenas nos principais mercados, como Reino Unido, Alemanha ou Espanha. A compra através de sites como a Amazon ou o eBay é sempre uma boa solução para contornar o problema. Já agora, é pena o GTA nãos ser dos favoritos da Cristina, já que foi a primeira vencedora do prémio para a Carta do Mês, que é precisamente o GTA 4... ;-)

Primeira vez

É a primeira vez que vos escrevo, e devo dizer que ler a vossa revista deu-me prazer e ao mesmo tempo um certo amargo de boca. Passo a explicar porquê: vocês são uma revista diferente de qualquer outra no mercado e desde já os meus parabéns pela coragem de inovar e pelo amor que demonstram naquilo que fazem. Hoje em dia as revistas de videojogos são mais imagens do que escrita (maldito digital!), mas vocês não, vocês escrevem, descrevem a verdadeira essência dos jogos (sou daquelas que prefiro mil palavras a uma imagem).

Agora não posso deixar de apontar o dedo (eu sei que é feio, mas perdoem-me) às pontuações que dão, e vocês sabem que têm o poder de influenciar muitas compras de videojogos - daí o poder de uma simples classificação final poder "deitar por terra um jogo". Um exemplo: o jogo **Dark Sector**, apesar de ser *copycat* do muito que se fez por aí, pareceu-me ser merecedor de nota superior a 5/10 (não o joguei, mas gostava de o jogar - já participei no vosso passatempo, bem hajam). Porque se for assim, **GT5 Prologue** não merece o 7/10, porque esse jogo é um Gran Turismo em alta definição e com muito pouco conteúdo. **Wii Fit**, pode ser muito bom mas **Eye Toy: Kinetic** fazia o mesmo há algum tempo atrás e se calhar até melhor.

Um jogo não se faz de grandes gráficos e tem que inovar (**Crysis** parece-me só cumprir um desses lados e deve ter tido nota fantástica), mas hoje em dia acho que o mundo não está ainda pronto para a inovação (nem sei se há espaço para inovar) - veja-se **Halo 3**, **Grand Theft Auto 4**, **Metal Gear Solid 4**, **Gears Of War** e **Gears Of War 2**, tudo jogos que não inovam e são jogos fantásticos!

Queria dar também os parabéns pela "reportagem/notícia" sobre "Winners use drugs". Finalmente se aborda este assunto tabu do qual não tenho dúvidas nenhumas que seja bem real. Todo o tipo de substâncias que permitam incrementar reflexos ou inibir o sono são certamente usadas pelas pessoas que fazem de jogar videojogos a sua profissão (e não me refiro aos jornalistas de revistas da especialidade).

Agora o principal motivo da minha participação: o programa MyGames da SIC Radical. Não compreendo como um programa sobre a maior indústria do momento pode acabar assim de um momento para o outro. Ou melhor, se calhar até sei: o programa começou a entrar, desculpem a expressão, "na palhaçada". Não tenho nada contra o Diogo Beja, muito pelo contrário, mas o programa começou a dar mais ênfase a ele do que aos videojogos, e quando é assim o programa não pode, nem deve durar - sim porque 30 minutos de programa com 15 minutos de videojogos é ridículo! O público quer programas que se foquem nos jogos, e não no apresentador ou convidados VIPs, porque as verdadeiras estrelas são os videojogos - pessoalmente, prefiro que vocês venham para a rua saber o que as pessoas comuns jogam, momentos divertidos que passaram...

Quero ver análises com conteúdo, minutos, nota final e acima de tudo com formato alargado para que possamos desfrutar mais do que 25 minutos por semana de videojogos! Outra coisa, por vezes era muito mau ver o Beja e o convidado a jogarem videojogos. Peço, se ainda for a tempo, para tentarem incluir em TV aquilo que fazem tão bem no papel, só isso (desculpem o desabafo)!

Sílvia Tavares, via e-mail

O programa de televisão MyGames não acabou. Simplesmente decidimos fazer uma pausa para reflectir no que a comunidade foi comentando ao longo dos meses através de e-mails e fóruns, e baralhar de novo. A terceira temporada da série está prestes a arrancar, em novo formato, horário e com nova apresentadora, a Catarina Gouveia (apresentada na secção Grande Plano desta edição). Acreditamos que o novo formato vá mais ao encontro da comunidade - de espectadores como a Sílvia. ;-)

Quero ganhar tudo, TUDO

Ia eu na rua, metido nos meus próprios assuntos, quando vejo a Hype! à venda. A princípio não liguei muito porque como não tem gajas nuas não acho piada, mas quando olhei com mais atenção o meu coração gelou. Lá dizia: "ganhe isto e mais não sei o quê". E eu, morto por ganhar aquilo e mais não sei o quê (porque tudo o que é de graça é bom, já dizia o meu avô, que me obrigou a pagar por esse conselho sábio) entrei na papelaria com o intuito de comprar a revista. Mas só tinha um euro na carteira. Um euro! Nem para metade da revista dava. Vi-me forçado a tomar uma decisão: virei-me para o dono da papelaria, apontei-lhe uma arma (não sei como me apareceu a arma, mas o meu irmão garante que eu carreguei no R2 do comando sem querer) e saí do estabelecimento a correr com a revista debaixo do braço.

O primeiro passatempo era o do **Dark Sector** que me obrigou a roubar um PC, a ligar-me clandestinamente a uma rede Wi-Fi e ir ao site do MyGames. Registei-me com dados falsos e inscrevi-me no concurso. Depois o livro do **Persona 3**. Fui até a um beco escuro ter com o meu contacto *geek* e obriguei-o a dizer-me quanto jogos tinha o Persona. Ele disse que não sabia. Afastei-me um pouco e apontei-lhe outra arma (esta era nova). Ele, com suores e de joelhos prostrados no chão suplicou-me que não o fizesse. Sem dó premi o gatilho e roubei-lhe o dinheiro. Depois voltei ao portátil para me inscrever no passatempo do **Age Of Conan** e no do **Grand Theft Auto 4** para Xbox 360.

Tinha as mãos cheias de sangue, continuava com pouco dinheiro (seis euros agora) e as armas de vez em quando apareciam-me nas mãos. Só me faltava um passatempo: o da carta do mês. Roubei um carro, conduzi a velocidades vertiginosas (por mais que tentasse não conseguia ir devagar) e fui ter com o António Lobo Antunes para me escrever alguma coisa. Queria que lhe pagasse e que matasse o maior rival dele: o Saramago. Lá fiz e ele lá me escreveu o que lhe pedi, que é o que vos envio.

Depois disto tudo, se eu não ganhar nada, então pelo menos paguem-me os custos de terapia, do hospital, a fiança da polícia, o custo de pintar de novo o carro, entre outros. Se não o fizerem acreditem que vos consigo apanhar. Considerem-se avisados…

Emanuel Sousa, via e-mail

MyGames fórum
HTTP://FORUM.MYGAMES.PT
INTERVENÇÕES SELECCIONADAS DA COMUNIDADE MYGAMES

Tópico: ***O PC está a morrer?***

«Olá, gostaria de saber a vossa opinião em relação ao futuro do PC...».
Acti

«Acho que isto é meramente uma fase de adaptação da indústria. (...) Alguns dos novos modelos de negócio a emergir na plataforma PC têm dado provas de sucesso. A EA experimentou as microtransacções, a publicidade in-game na série Battlefield, e teve uma medida de sucesso tão boa que agora vai lançar um jogo completamente grátis, suportado apenas por alguma publicidade nos menus e microcompras de armas.
O PC ainda tem muito para dar, quanto mais não seja por ser a base de desenvolvimento de consolas como a Xbox 360 (...)».
.SLiDeR.

«Não acho que esteja a morrer, mas já viu se calhar melhores dias.
Dificilmente os jogos nos PC morrerão a curto prazo. Vemos por esse mundo fora exemplos de grandes comunidades que suportam vários tipos de jogos que têm sido grandes sucessos financeiros».
Filipe Galego

«O tópico está muito gasto. (...) A questão já era levantada nos anos 80».
Morbus

«Valve, Blizzard, id Software e Microsoft confiam no PC como máquina de jogos, e os jogadores confiam nestas software houses, porque sabem que estas investem na optimização e em bons jogos. O futuro do PC será um sistema como o Steam. Permite comprar os jogos nas lojas mas para eles funcionarem precisam de um código específico».
Master Link

«O PC está a morrer há muitos anos... O problema é que é um chato do caroço, tipo aquelas melgas que a gente bate com o chinelo e nunca morrem...»
Costa

«O meu PC já viu melhores dias no que toca a jogos. Prefiro consolas, definitivamente. São mais práticas, não necessitam de actualizações e os jogos vêm optimizados. São feitas para jogar e está tudo dito!»
Rikardo

«Produtoras que gastam milhões nos seus jogos e em publicidade, nos blockbusters...felizmente o mercado do PC vai bem além desses jogos.»
IceKimi

Vamos ver, vamos ver... Para já a lista de vencedores do Age Of Conan está em www.mygames.pt/passatempo-age-of-conan. A lista de vencedores dos restantes passatempos será publicada em http://ez.mygames.pt/especial/430/. Boa sorte!

Onde me fiz homem

Sugeria uma reportagem sobre os míticos salões de jogos onde muitos de nós se fizeram homens, nos jogos claro. Se bem que uma vez na máquina do **Golden Axe**... Como disse são espaços míticos que com o advento das consolas, Internet e PCs caíram no esquecimento.

Estão vivos? Que jogos têm? Como encaram o passado e o futuro? Enfim seria interessante fazer uma reportagem in-loco e ouvir a opinião dos donos e dos clientes.

José Tavares, via e-mail

Estamos a pensar nisso. :)

PREVISÃO: OUTONO

Pure

A Disney apostou forte em Pure. Cenários fotorrealistas e manobras aéreas a culminarem em saltos espectaculares serão a base das corridas deste jogo. Claro que para esta extravagância funcionar o jogador terá que controlar as difíceis motoquatro, tanto no modo a solo como no modo de múltiplos jogadores, que permite até 16 concorrentes online. A estrutura do jogo deverá ser parecida à série **ATV Offroad**, conhecida por incluir sempre provas de *freestyle*, não fosse a produtora deste título a Black Rock, a herdeira da Climax Racing.

Sistema: PC/X360/PS3
Editora: Disney Interactive

PREVISÃO: SETEMBRO

The Wheelman

Pegar num automóvel, conduzir a alta velocidade por Barcelona e num movimento de câmara lenta rodar o carro, disparar sobre os pneus dos perseguidores e regressar à direcção inicial. Se adicionarmos uma cidade aberta para a exploração pedestre ou motorizada, Vin Diesel e abalroamentos no meio de estradas apinhadas, temos um jogo de acção de fazer a consola cheirar a borracha queimada.

Sistema: PC/X360/PS3
Editora: Midway

Spider-Man: Web Of Shadows

Sistema: Todos
Editora: Activision
Previsão: N.D.

Liberdade é a palavra de ordem de Web Of Shadows. O jogador terá controlo total sobre o Homem-Aranha, tanto na personalização como na escolha das missões. Se preferir pode aperfeiçoar a luta corpo a corpo, caso contrário melhora o ataque a longa distância e o lançamento de teias. Também pode cumprir exclusivamente as missões mais importantes ou ser um verdadeiro vigilante e ajudar todos os cidadãos que se encontram em perigo. A escolha é do jogador.

MySims Kingdom

Sistema: Wii/DS
Editora: Electronic Arts
Previsão: 4º Trimestre

O jogo MySims vendeu cerca de 2,8 milhões de cópias em todo o mundo e como em fórmula vencedora não se costuma mexer (muito), a EA mantém a jogabilidade original, mas eleva-a para outro patamar, ao incluir secções de exploração. O jogador já não está limitado à cidade central, neste caso reino, e poderá pegar num barco e ir explorar novas terras, ao mesmo tempo que vai construindo e personalizando tudo o que já existe. Para apimentar mais a versão DS, haverá um vilão que tenta acabar com a harmonia do reino.

Kingdom Under Fire 2

Sistema: PC/X360/PS3
Editora: N.D.
Previsão: 2009

Depois de uma passagem algo infeliz pelo género de *role-play*, em **Circle Of Doom**, a série volta às suas origens de jogo de estratégia em tempo real. No entanto, não contente com as mudanças que Kingdom Under Fire já sofreu, a produtora Blueside decidiu integrar neste novo título o modo de universo persistente online, criando uma nova etimologia: MMOARTS, ou seja Massive Multiplayer Online Action Real Time Strategy. Para já, sabe-se que o jogo vai conter três facções distintas e combates em escalas gigantescas.

Tom Clancy's H.A.W.X.

Sistema: PC/X360/PS3
Editora: Ubisoft
Previsão: Outono

O nome Tom Clancy costuma ser associado a séries de acção táctica como **Rainbow Six** e **Ghost Recon**. Agora é a vez de dar lugar a um simulador de combate entre aviões. O jogador em HAWX assume o papel de um piloto e poderá controlar cerca de 50 aeronaves distintas. Cada uma delas vem equipada com um sistema de realidade aumentada que permite a quem a pilota controlar radares, detectar mísseis, gerir danos, aceder a mapas tácticos, controlar armas e prevenir despenhamentos. Ajudas essenciais para cumprir missões e para o modo de múltiplos jogadores, onde se pode enfrentar até 16 competidores e jogar cooperativamente com mais três pilotos.

PUB

PREVISÃO: OUTONO

Afro Samurai

Baseado numa série de desenhos animados de 2007, Afro Samurai promete ao jogador uma história, combates intensos e violentos, onde *flips*, saltos mortais e correrias nas paredes serão banais. Ao mesmo tempo, alguns indícios da história que serviu de base a este animé de culto serão apresentados através dos diálogos ou no menu de pausa, onde imagens desfocadas representarão as memórias da personagem.

Sistema: Xbox 360
Editora: Namco Bandai

Samba De Amigo

Sistema: Wii
Editora: Sega
Previsão: Agosto

Os fãs da Dreamcast que se preparem, pois um dos seus clássicos está de volta. Há oito anos Samba De Amigo era um jogo de ritmos musicais em que o jogador tinha de abanar uns periféricos em forma de maracas para jogar. Agora, basta os controladores da Wii - o Wii Remote e o Nunchuk - para fazer a festa. A banda sonora original está assegurada, assim como novas composições. Só resta saber como é que a Gearbox Software, conhecida pelo trabalho em **Brothers In Arms**, vai converter este clássico.

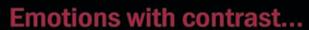
Too Human

Sistema: Xbox 360
Editora: Microsoft
Previsão: 29 de Agosto

A história deste jogo remonta a 1999, quando a Silicon Knights o anunciou para a PSOne. Em 2000, a Nintendo apresentou Too Human como jogo para a GameCube e ao fim de cinco anos a Microsoft garantiu-o como exclusivo para a X360 e como uma trilogia.
Apesar da "dança de consolas", a produtora manteve a produção e o resultado é um universo único com duas novidades: a primeira é a possibilidade do jogador desferir ataques em lutas de grupo através do manípulo analógico direito; a segunda é a inteligência artificial assumir o controlo total da câmara.

Crash Bandicoot: Mind Over Mutant

Sistema: X360/Wii/PS2/PSP/DS
Editora: Vivendi Universal
Previsão: Outubro

Crash Bandicoot é conhecido pela sua boa disposição e, desde **Crash Of The Titans**, por apoderar-se de monstros que lhe permitem ultrapassar certos desafios. Agora em Mind Over Mutant essa novidade volta e serve para animar esta sátira ao mundo dos gadgets e dos SMSs. A acção em formato de plataformas, a que o marsupial já nos habituou, tem uma nova opção: um modo cooperativo, onde o segundo jogador assumirá o papel da irmã de Crash, Coco.

OS NOVOS HERÓIS DA EA

LISBOA, LONDRES E VANCOUVER: A HYPE! FOI DE UMA PONTA À OUTRA DO PLANETA DESCOBRIR COMO É QUE A ELECTRONIC ARTS, A MAIOR EDITORA DO MUNDO, VAI, EM 2008, RECUPERAR A FOME DE TÍTULOS QUE A CONDUZIU À LIDERANÇA DO MERCADO. DEPOIS DE UM PERÍODO DE MENOR FULGOR AO LONGO DOS ÚLTIMOS DOIS ANOS, A EA APRESENTA-SE PRESTES A ATACAR AQUELE QUE SE PREVÊ SER O ANO MAIS LUCRATIVO DA HISTÓRIA DOS VIDEOJOGOS. A COORDENAR AS OPERAÇÕES COMO PRESIDENTE DA EMPRESA ESTÁ DE NOVO JOHN RICCITIELLO, VERDADEIRO PROFESSOR XAVIER CAPAZ DE LER A MENTE DO MERCADO PARA PREPARAR UMA ESTRATÉGIA INVULNERÁVEL E DE REUNIR E TREINAR UMA EQUIPA DE SUPER-HERÓIS PARA SALVAR A EA DOS VILÕES DO MERCADO. EIS OS NOVOS HERÓIS. **NELSON CALVINHO**

LEFT 4 DEAD

PC/X360
NOVEMBRO

SUPERPODERES
Injecções maciças de adrenalina; co-op

SUPERFRAQUEZAS
Demasiado violento para o mainstream; acção linear

Quando nos cruzámos com Left 4 Dead pela primeira vez, em Agosto de 2007, acabámos por obter pouca informação sobre esta nova obra da Valve. O motivo? Em vez de acompanharem os jornalistas, como era suposto, os autores estavam embrenhados em furiosas partidas do seu próprio jogo. Se na altura a situação pareceu desconfortável, agora que já trincámos a peça, compreendemos perfeitamente: Left 4 Dead não é o título do novo catálogo EA com perfil mais mediático mas foi, sem dúvida, o que mais nos custou largar. Imaginem um **Counter-Strike** em que os soldados de elite e os terroristas são substituídos por humanos e zombies e terão uma perspectiva muito aproximada do que vos espera.

Cada lado desta batalha pela sobrevivência conta com argumentos de peso. Do lado humano, valem sobretudo o acesso a armas – muitas, leves ou pesadas. Do lado morto-vivo, conta-se com a força dos números, com a velocidade, a voracidade e os poderes de alguns zombies sobredotados (os Boss Infected): desde zombies com longas e mortíferas línguas a outros, enormes granadas humanas, que explodem e espalham gás tóxico e pus virulento em redor, agindo como um ácido que corrói a humanidade de quem por eles for contaminado. Estes não são os zombies pachorrentos de Romero, mas verdadeiros ginastas olímpicos que correm, pulam e arrancam olhos com a mesma ferocidade das criaturas de "28 Days Later" ou do recente "I Am Legend". E quando se joga na primeira pessoa, por entre os escombros sombrios de uma cidade em ruínas, a visão de um (ou trinta!) zombie sem nada a perder e a correr a mil à hora na vossa direcção vai causar alguns calafrios na espinha. A ameaça *in your face* é potenciada pela tendência sádica dos autores em largar os jogadores ora em espaços claustrofóbicos de onde é difícil escapar (excelente a sequência no interior de carruagens do Metro, obrigando os jogadores a avançar em fila indiana) ou em áreas abertas, espécie de arenas perfeitas para emboscadas de hordas de criaturas. Ao todo, prometem-nos quatro campanhas repletas de jogos de sombras e luzes que parecem inchadas de tensão e intensidade.

Mas onde Left 4 Dead parece superar-se é na dinâmica cooperação-competição. Há um verdadeiro sentido de camaradagem e entreajuda que brota da relação entre os membros da facção humana. Ninguém sobrevive sozinho neste jogo. É uma verdade que recebemos brutalmente quando pela primeira vez somos atropelados por zombies que nos devoram à dentada. Sair dali, só com ajuda dos companheiros que enxotam os monstros a tiro e a pontapé. E da próxima vez será nosso dever salvar os companheiros: vê-los desaparecer sob uma montanha de braços, pernas e cabeças putrefactas é uma visão que nos enche de terror e compaixão. Mas cuidado, que por serem parceiros de jornada os restantes humanos não são imunes às nossas rajadas de Uzi.

A competição entre humanos controlados por humanos e zombies controlados por humanos (quatro contra quatro) parece igualmente apelativa (na versão que experimentámos só tivemos oportunidade de defrontar zombies controlados pela I.A), obrigando cada um a explorar as suas forças para beneficiar a equipa. E para melhor gerir o ritmo e a dificuldade da acção, especialmente quando defrontamos a inteligência artificial, a Valve propõe o AI Director, espécie de encenador virtual que incute aleatoriedade na acção (de forma a evitar que memorizemos as posições dos inimigos) e, em tempo real, interpreta o desempenho dos jogadores e, em função da sua qualidade, aumenta ou diminui a dificuldade da jornada. Com apoio dos serviços e da comunidade Steam, Left 4 Dead pode ser um dos *outsiders* de 2008. Sentimos vontade de voltar a morder este naco de jogo com a mesma intensidade que um zombie desespera por sangue. O nosso, claro.

BATTLEFIELD: BAD COMPANY

X360/PS3
27 DE JUNHO

SUPERPODERES
Imersão; cenários destrutíveis

SUPERFRAQUEZAS
Tirando o ambiente nada de novo

Olha-se para o comunicado de imprensa de Bad Company e fica-se com a sensação de que não há muito a esperar da nova incursão da série Battlefield. Um First Person Shooter num futuro próximo, uma campanha a solo imersiva, cenários destrutíveis, veículos para combater por ar, mar e terra, gráficos deslumbrantes, modo para múltiplos jogadores... Enfim, nada soa a novo e, na verdade, resume apenas o mínimo expectável num título competente do género. Nas entrelinhas, a coisa começa a ganhar mais algum sumo: Battlefield é uma série conhecida por apontar baterias a vastos mapas para jogar com dezenas de outros jogadores e tem sido de uma fidelidade ao PC apenas "manchada" por raros casos de adultério com consolas. Mas Bad Company é o primeiro jogo da série escrito de raíz para as consolas de nova geração, privilegiando campanhas a solo, offline. E aposta numa componente narrativa onde o humor tem lugar – culpa da inspiração em "Three Kings" (1999, David O. Russell), comédia negra de acção que satiriza as intenções americanas no palco de guerra iraquiano.

De repente estamos mais curiosos, mas é já com o comando da X360 na mão que se percebe que nem sempre as palavras prestam justiça ao que se passa num ecrã. Bad Company tem tudo para ser uma pérola perfeitamente polida de acção: a sensação de imersão é total, mercê de cenários incrivelmente realistas e de mapas bem pensados. A interacção com o meio ambiente é um dos pontos fortes: os mapas estão cheios de motivos de interesse (por exemplo, locais adequados para emboscadas) e o carácter destrutivo de quase todos os objectos parece não se reduzir a um *gimmick* para enganar tolos, assumindo de facto valor estratégico. Por exemplo, quando a única forma de eliminar um atirador furtivo é rebentar o prédio onde ele se refugia, fazendo despenhar uma árvore sobre um grupo inteiro de inimigos, ou atravessando uma casa a bordo de um tanque, para não perder tempo.

O foco no *single player* e nas consolas serve para arregimentar novos fãs para a causa, mas partilhámos sessões para 24 jogadores online com os responsáveis da sueca DICE e não ficámos desiludidos. Os autores prometem um modo Conquest para download após o lançamento do jogo, que está iminente.

THE LORD OF THE RINGS: CONQUEST

PC/X360/PS3/DS
OUTONO

SUPERPODERES
Licença; cenários what if?; escala; mix de estilos

SUPERFRAQUEZAS
Licença saturada; acção sem ideias; cenários what if?

Qual será a sensação de controlar um balrog? Ou ver o mundo pelos olhos de um Espectro do Anel? Dominar a Terra Média com o poder imenso de Sauron?

São estes "e se?" o principal apelo de The Lord Of The Rings: Conquest, mais um (?) capítulo na já longa trajectória da obra de Tolkien nos videojogos. A Pandemic parece querer esgotar nesta obra todas as possibilidades que habitam a imaginação dos fãs daquele que já foi considerado o melhor livro do século XX. É essa a sua força – satisfazer todos os devaneios dos fãs – mas também, na nossa opinião, a sua fraqueza – porque não deixa espaço para a imaginação e para o mistério. Quem conhece **Star Wars: Battlefront** (também da Pandemic) sabe mais ou menos o que esperar. O que mais impressiona em Conquest é a escala avassaladora: tudo o que aparece no ecrã pode ser alvo de interacção. Os mapas são gigantescos. No assalto ao Abismo do Elmo, é possível estar a defender as muralhas do forte, lutando corpo a corpo com os orcs invasores, e logo de seguida subir ao topo da montanha e vislumbrar a batalha a desenrolar-se no horizonte. Na defesa de Gondor, apresenta-se ao jogador um campo aberto interminável. E, claro, é possível galopar livremente, passando por baixo de olifantes, combatendo Espectros do Anel e atropelando alguns inimigos. Tudo isto no meio do caos dos exércitos que se chocam.

Há personagens e estilos de jogo para todos os gostos. A qualquer altura será possível mudar de classe de personagem, para não aborrecer. E os dois lados, os bons e os maus, estão disponíveis para serem defendidos.

Os gráficos, as animações e mesmo a inteligência artificial parecem algo toscos, mas a pergunta que se impõe é: depois de Conquest haverá mais alguma coisa a explorar no universo dos Anéis?

BATTLEFORGE

PC
OUTONO

Durante muito tempo um dos géneros favoritos do público, os jogos de estratégia em tempo real (RTS) têm perdido uma parte do seu encanto e apelo – situação à qual não será totalmente estranha a perda de influência do seu palco preferencial, o PC, face às consolas, onde o género nunca encontrou verdadeiramente forma de funcionar.
Para contrariar esta situação, há que reinventar a forma de relação entre jogador e jogo. Poderá ser essa a principal contribuição de BattleForge, conservador no tema – fantasia medieval, de novo – mas ousado na mudança de interface. A grande novidade é que a convocação de exércitos e feitiços não será feita através de variadas janelas e menús, mas por via de um sistema de "cartas coleccionáveis", estilo Magic: The Gathering. Cada jogador possui um "baralho" de unidades e feitiços que surgem no ecrã exactamente como uma carta de Magic – algo que já foi ensaiado em títulos como **Etherlords** no PC e **Eye Of Judgement** na PS3.
Se na prática o efeito não será muito divergente de um RTS tradicional, este sistema deve permitir compreender a informação sobre cada unidade de forma bem mais intuitiva. Está tudo reunido naquela carta: nome, descrição, efeitos e recursos necessários para a colocar em jogo. O acumular de recursos para lançar as cartas é feito através da conquista territorial, enquanto a aquisição de novas cartas para o baralho faz-se mediante o cumprimento de objectivos, através da troca de cartas com outros jogadores ou através da compra, com dinheiro real – uma opção que ainda está em estudo.
O outro aspecto onde BattleForge se poderá destacar é na apropriação de características próprias de RPGs online de universo persistente. Não só na progressão mais narrativa da acção, mas por causa da ênfase dada à acção para múltiplos jogadores – até 12 estrategas se podem reunir numa partida, para cooperarem e competirem entre si. Como cada baralho é completamente personalizável (a partir de um espólio inicial disponível de 200 cartas, mais tarde alargado com expansões), espera-se que os jogadores escolham baralhos que complementem os dos aliados – por exemplo, um mais orientado para manobras ofensivas e outro com capacidades curativas. Tal e qual um grupo de heróis num RPG. O grosso das campanhas online será contra a inteligência artificial, mas naturalmente que haverá oportunidade para ruidosas partidas de jogadores contra jogadores.
A componente comunitária está a ser levada muito a sério pelos autores da Phenomic (os mesmos que já produziram **Spellforce** e trabalharam na série **The Settlers**), que vai incentivar a formação de clãs e guildas, assim como a criação de torneios (com cartas especiais como prémio final), chats, fóruns e um *marketplace* para negociação de cartas.
Espera-se que BattleForge sopre ar fresco no género, tornando-o mais acessível, ao mesmo tempo que aprenda com os modelos de negócio baseados em microtransacções online para gerar formas alternativas de receitas.

SUPERPODERES
Interface à Magic The Gathering; Co-op

SUPERFRAQUEZAS
Interface pode não agradar a conservadores

FACEBREAKER

X360/PS3/Wii
3 DE SETEMBRO

SUPERPODERES:
Divertido, relaxado e personalização facial

SUPERFRAQUEZAS:
Demasiado simples?

«FaceBreaker é um jogo que vai agradar a todos porque toda a gente gosta de dar um murraço na cara de alguém – de uma forma divertida!». Explicava-nos assim o patrão da EA Sports, Peter Moore, o motivo pelo qual, na sua opinião, este alegado jogo de boxe vai conquistar o mundo.
Há bons motivos para estar optimista. O primeiro título da marca EA Freestyle (ler notícia na secção Start) tem um charme indiscutível, graças à abordagem gráfica da parada de personagens cheias de carisma, verdadeiros cromos das artes marciais, que perfazem a galeria do jogo. A ideia, explicam os produtores, foi criar personagens que se assemelhassem a *action figures*, recorrendo a um traço reminiscente de comics ou desenhos animados (à imagem do clássico da Sega, **Ready 2 Rumble**). Não apenas os lutadores têm um ar encantador, como os autores – que também assinam Fight Night Round 4 – fizeram questão de criar biografias e "poderes" para cada um dos "super-heróis". Assim temos por exemplo Kekoa, um surfista xunga que luta para pagar as dívidas; Romeu, um matador espanhol, genuíno D. Juan oleoso com bigodinho e camisa de renda preta; Tokoshu, um perfeito *otaku*; Ice, o negro *cool* de serviço; e muitas outras personagens: matulonas camionistas, DJs ingleses dos subúrbios ou um russo brutalhão do Exército Vermelho.
O ar que se respira é o de série B para *geeks* dos videojogos. É de acção *arcade*, directa, *old school* que estamos a falar, numa lógica simples do tipo pedra-tesoura-papel, em que três tipos de golpes se anulam entre si: a arte está em saber usá-los conforme as investidas do adversário. Se bem que golpes como pontapés na genitália, chuvas de pétalas, insultos baseados em referências a banda desenhada ou personagens que se sentam na cara dos adversários sufocando-os até à inconsciência fazem duvidar que FaceBreaker seja realmente um jogo de "boxe".
A barra "Breaker" vai crescendo consoante o número de golpes consecutivos inflingidos pelo jogador: atingido o valor máximo, o lutador despoleta um golpe FaceBreaker, isto é, o tal murraço de rebentar o focinho que tanto diverte Peter Moore. Especialmente com a tecnologia de deformação em tempo real que nos permite visualizar com todo o detalhe a forma como bochechas, olhos, língua, dentes e cabelo voam pelos ares em gloriosa destruição facial.
E mais divertido será para quem capturar a sua própria imagem – tirando uma fotografia com uma webcam, como a Xbox Live Vision e a PlayStation Eye – e colá-la no rosto das personagens. Ou a cara de um amigo. Ou melhor ainda, de um inimigo, ex-namorado(a) ou patrão. E vê-lo a deformar-se grotescamente.
É um golpe de génio dos autores, que esperam ver a correr no YouTube filmes feitos com o motor de FaceBreaker. Obama vs. Hillary? Santana vs. Sócrates? Mal podemos esperar.

FIGHT NIGHT ROUND 4

X360/PS3
2009

SUPERPODERES:
Mike Tyson; tecnologia

SUPERFRAQUEZAS:
Pouco acessível ao grande público

A Hype! estava lá, na sede da EA Sports, em Vancouver, quando Fight Night Round 4 foi anunciado pela primeira vez ao mundo. Não se pode dizer que fossemos completamente apanhados de surpresa. Afinal, o capítulo anterior teve uma recepção consensual entre crítica e público, sendo apontado como um dos melhores e mais realistas simuladores desportivos de sempre. Os gráficos quase fotorrealistas, que mostravam pele, suor e sangue em alta definição como nunca antes tinha sido visto, e o abdicar de qualquer informação gráfica no ecrã elevaram este desporto a um novo patamar em termos de interactividade nos videojogos.
Para este quarto capítulo, os autores prometem mais de 40 pugilistas, contemporâneos ou lendas do boxe; mais ringues, reais e fictícios; e uma experiência visual e sonora que tire ainda mais partido das potencialidades das novas consolas. Pretende-se que a parte física e de animação esteja ainda mais desenvolvida, de forma a tornar o contacto, os movimentos e sobretudo os golpes falhados dos pugilistas ainda mais credíveis – não foi por acaso que a apresentação deste título ocorreu no maior estúdio de captura de movimentos do mundo, o da EA Sports.
Mike Tyson, ausente dos videojogos há uma década, ressurge em Fight Night Round 4. Outras duas lendas do boxe, Lennox Lewis e Sugar Ray Leonard (ambos na foto), estiveram de carne e osso em Vancouver para legitimar o novo jogo. Se para o ex-campeão de pesos-pesados e gigantesco Lewis a série Fight Night é uma forma de recuperar as memórias das vitórias passadas e de prolongar o seu legado junto das gerações mais novas (especialmente agora que convenceu os autores a incutir mais velocidade no seu alter-ego virtual), para a lenda do boxe, Sugar Ray, já com 52 anos, Fight Night é o motivo pelo qual muitos jovens, que nunca o viram lutar, o reconhecem na rua. «O realismo do suor, das combinações de golpes e do jogo interior» são as características que mais impressionam aquele que é considerado um dos melhores pugilistas de sempre.
É muita a responsabilidade que Fight Night Round 4 carrega sobre os ombros. Esperamos que seja vencedor por KO.

WARHAMMER ONLINE

PC
OUTONO

SUPERPODERES
Licença; Realm vs. Realm; cidades vivas

SUPERFRAQUEZAS
WOW é como kryptonite

«War, what is it good for? Absolutely nothing»? Bom, há quem discorde desta canção original da Motown (popularizada, entre outros, pelos The Temptations ou Frankie Goes To Hollywood). A guerra serve, por exemplo, para justificar todo um novo jogo online de universo persistente (MMO) da Electronic Arts. Objectivo? Fazer guerra.. a **World Of Warcraft**.

Parece uma causa perdida mas a maior editora do mundo confia na Mythic para transformar a licença Warhammer (da editora de jogos de tabuleiro Games Workshop) num rival à altura dos mais de 10 milhões de subscritores do jogo da Blizzard.

«A guerra está em todo o lado» é a frase que serve de bandeira a uma obra que, segundo os autores, vai fazer o jogador sentir-se mergulhado num conflito épico a partir do primeiro minuto em que entrar neste universo de Elfos, Anões, Humanos, Goblins e Orcs.

A maioria das características apresentadas pela Mythic no evento da EA que nos levou a Londres orbitavam em torno da mais extrema forma de disputa do poder. Alega a Mythic que, por trás de uma clareira ou monte qualquer, o jogador poderá, a todo o momento, dar de caras com enormes batalhas que envolvem autênticos exércitos de jogadores. Isto porque no centro da acção estão conflitos que opõem não indivíduos ou grupos, mas reinos inteiros.

O Realm vs Realm (já explorado pela Mythic em **Dark Age Of Camelot**) apresenta-se em Warhammer Online em quatro variantes. Os Scenarios (equivalentes das *instances* de World Of Warcraft), com "regras de engajamento" para diversos modos de jogo, como Deathmatch ou Capture The Flag, com uma duração de cerca de 15 minutos. As Skirmishes são batalhas criadas aleatoriamente. As Battlefields apresentam-se com objectivos, como a conquista de fortificações e outros pontos estratégicos da facção oposta. Por fim, as Campaigns instituem objectivos como a conquista de terras e cidades capitais inimigas. Seja qual for a forma do conflito, os envolvidos serão recompensados com Pontos de Vitória para a sua facção. E só atingindo determinado número de pontos é que uma facção assume o controlo de cada zona do extenso mapa de jogo, conquistando terreno ao reino adversário. É uma dinâmica de conquistas e derrotas e de fluidez de fronteiras que levará eventualmente às portas de uma das cidades capitais de um reino inimigo. Conquistada essa cidade estratégica – tarefa titânica que envolve cercos prolongados e exércitos de centenas de jogadores - a facção vitoriosa fica com todos os recursos, masmorras, missões e personagens associados à metrópole derrubada. Haverá, portanto, muita coisa em jogo.

De resto, as cidades terão um tratamento especial por parte da Mythic, que promete (como já outros o fizeram no passado...) transformá-las em entidades vivas, que crescem e evoluem à medida que as facções desbloqueiam secções e cumprem missões. Edifícios mais evoluídos e modernos, equipamento avançado e novas personagens marcarão a diferença entre visitas.

O cerco a World Of Warcraft começa no Outono, mas a tarefa não vai ser fácil, especialmente com a chegada iminente do reforço da expansão **Wrath Of The Lich King**.

BATTLEFIELD HEROES

PC
VERÃO

SUPERPODERES:
Estética Pixar/Cartoon Network; gratuitidade

SUPERFRAQUEZAS:
Falta de profundidade; controlos rígidos

O filme da Pixar "The Incredibles", os desenhos animados do Cartoon Network e o First Person Shooter da Valve, **Team Fortress 2**, parecem constituir-se como as principais influências da sueca DICE na criação de um novo título que foge completamente à tradição da série Battlefield.

Integrado no novo modelo "Play 4 Free" da EA, que integra jogos disponibilizados gratuitamente na Internet, Heroes vai, como outros títulos dessa linha, buscar receitas a um modelo de micropagamentos e a publicidade colocada no site oficial e no próprio jogo, embora nenhuma dessa publicidade surja dentro da acção.

A ideia é criar um jogo de tiros na Segunda Guerra Mundial para toda a família. A aparente contradição deste conceito é contornada com o tal aspecto fofinho e o humor (na terceira pessoa), por um lado, e com a intenção de simplificar os métodos de controlo, os objectivos, a interacção com o cenário, e os requisitos técnicos para correr o jogo, por outro.

Na página oficial de Battlefield Heroes, os perfis dos avatares dos jogadores apresentam-se num ambiente semelhante ao site de uma rede social tipo Facebook: roupas, armas, animação corporal, *emotes* e todo o tipo de acessórios são personalizáveis. O resultado final, já em plena acção, parece um filme da Segunda Guerra Mundial protagonizado pelos Village People - há de tudo: piratas, góticos, ninjas, nazis, marinheiros, num desfilar de personagens completamente *over the top*. Classes, há três: Commando (velocidade, furtividade e *sniping* são as suas especialidades), Soldier (um tipo capaz de fazer tudo de forma competente, mas sem se destacar em nenhuma área em particular) e o Gunner (lento, mas armado até aos dentes com tudo do bom e do melhor). Aviões, tanques e jipes juntam-se à festa.

A estrutura do jogo assenta em missões tipo Achievements da Xbox Live: pequenas tarefas simples que têm de ser cumpridas para desbloquear armas ou habilidades especiais, como atirar 15 granadas de uma vez ou arremessar tanques pelo ar, e que evoluem com os pontos acumulados ao longo do jogo.

Resta saber esta versão *light* de uma série assumidamente hardcore vai ser capaz de atingir os objectivos desejados. Há várias dúvidas. Por um lado, e pela experiência de jogo que tivemos, há uma boa probabilidade do jogo não apelar a um público mais hardcore, que preferirá as apostas mais consagradas e profundas do género (como o próprio Team Fortress 2). Mas por outro, os controlos ainda não são tão acessíveis e fluidos (pelo contrário, pareceram algo rígidos) como deveriam ser num jogo que se pretende para todos. Mesmo o modelo de negócio levanta dúvidas legítimas: o sistema de microtransacções permite comprar objectos para personalizar os avatares, mas quantas pessoas estarão dispostas a pagar por itens que não produzem qualquer efeito ou atribuem alguma forma de vantagem no jogo? O público feminino poderia interessar-se por este aspecto, mas nesse caso o tema – a tão estafada Segunda Guerra Mundial – talvez não seja o mais adequado, e nem sequer parece estar prevista a possibilidade de possuir uma personagem feminina.

Já não parece haver muito tempo para contornar as questões levantadas, mas os autores manifestaram-se disponíveis para fazer evoluir o jogo na direcção que a comunidade ditar. E é de borla. Quem sabe o que poderá acontecer?

PETER MOORE,

HOMEM DE FAMÍLIA CEO DA EA SPORTS

O novo líder dos destinos da EA Sports é dos homens com mais experiência na indústria. Definiu o marketing da Sega quando a empresa japonesa ainda competia no mercado das consolas. Depois foi para a Microsoft ajudar a criar e a lançar a Xbox, fazendo a ponte para a Xbox 360. Agora, controla todas as operações na divisão de desporto da Electronic Arts. E tem uma visão: levar os títulos de desporto às massas, criando novas franchises e renovando os títulos baseados em licenças como a FIFA ou a NBA. Para já criou um selo – o All Play - de apoio a obras criadas de raiz para a Wii; e instituiu a marca Freestyle, onde cabem títulos com apelo mais internacional e para um público mais alargado.

A Hype! esteve na sede da EA Sports em Vancouver e, em parceria com outros jornalistas do sul da Europa, conversou longamente com Peter Moore. Ficam aqui as ideias chave da sua estratégia.

«(...) À medida que o consumidor tipo vai mudando para um perfil mais casual, e que chegam novos consumidores ao mercado, temos de oferecer-lhes novas experiências. (...) O problema é que se quisermos fazer isto com os parceiros de licenças, o espaço para aprovar a nossa capacidade de inovação é muito limitado. É difícil fazê-lo quando a FIFA, a NBA ou a NHL têm de as aprovar - e eles querem um jogo bem coeso. Temos de nos libertar e criar a nossa própria propriedade intelectual».

«(...) Os jogos para PC são precisamente o oposto da "casualização". O PC é do mais hardcore possível. Infelizmente não tenho recursos infinitos (...) e quando penso em que direcção teremos mais probabilidade de crescer, concluo que é na direcção de uma demografia mais abrangente (...). E vamos continuar a perder dinheiro no negócio do PC? (...) É para a sala de estar que os desportos estão a ir!».

«Se for ao cinema, gasto mais do que tipicamente gasto num videojogo: pago pelas pipocas, pela Coca-Cola, e muitas vezes tenho 90 minutos de uma experiência que é uma porcaria. Olho para o valor de um jogo, que posso escolher muito criteriosamente através das críticas especializadas, e tipicamente tenho 40 a 50 horas de entretenimento. E hoje em dia tantos jogos, em particular os que temos aqui na EA Sports, podem ser perpetuados online e nunca têm fim».

RARE
REGRESSOS COLORIDOS

Longe vão os tempos em que a Rare se mostrava como uma companhia tímida, optando agora em abrir as portas dos seus estúdios e apresentar dois títulos a estrear em breve para a Xbox 360.

NUNO FOLHADELA, EM LEICESTERSHIRE

É grande o desejo da Microsoft em ver repetida na Xbox 360 êxitos dos estúdios Rare ao nível do que as séries **Donkey Kong**, **Battletoads**, **Killer Instinct**, **Perfect Dark** ou **Banjo-Kazooie** obtiveram nas consolas Nintendo. A aquisição da Rare custou a Bill Gates 377 milhões de dólares, um valor que, em 2002, bateu o recorde na compra de um estúdio de videojogos e que resume o legado criado pelos irmãos Tim e Chris Stamper quando, há já 26 anos, começaram a desenvolver jogos como **JetPack** ou **Sabre Wulf** para o ZX Spectrum e Commodore 64.

A aquisição não começou da melhor forma, com o primeiro projecto lançado na Xbox original - **Grabbed By The Ghoulies** - a revelar-se o maior "flop" dos estúdios ingleses até à data. Foi somente com a chegada da Xbox 360 que a Rare voltou a marcar pontos, ao surgir com **Kameo** e a sequela do FPS de culto, **Perfect Dark Zero**, na estreia da consola e, no ano seguinte, **Viva Piñata**, um jogo lançado com a intenção de atrair um outro tipo de jogadores para a consola da Microsoft. É um objectivo importante para evitar o sucedido na consola anterior que dependia de um *line-up* maioritariamente de jogos de acção. Existem já bons exemplos desta estratégia, como o investimento no estúdio nipónico Mistwalker para atrair os jogadores japoneses ou, neste caso, apostando na Rare como o melhor estúdio para chegar a uma audiência mais jovem e casual, sem esquecer os ditos *hardcore gamers*.

Os dois novos títulos apresentados, **Viva Piñata: Trouble In Paradise** e **Banjo-Kazooie: Nuts & Bolts**, provam isso mesmo. O primeiro dá continuação ao êxito obtido pela versão anterior e a uma série de animação (em exibição na SIC). O segundo responde ao pedido de inúmeros fãs que aguardam já há oito anos pelo regresso de uma das duplas mais famosas no final da década de 90.

Tão fofinhas que elas são!

Viva Piñata: Trouble In Paradise não promete revoluções. É esse o interesse do designer Justin Cook quando nos confessa não querer alterar a fórmula. «Se o fizéssemos, deixaria de ser Viva Piñata. Queremos antes aumentar a experiência dos jogadores ao introduzir muitas e divertidas novidades».

E a verdade é essa. O sistema do jogo será semelhante ao anterior: uma vez mais, cabe ao jogador tomar conta de um jardim de forma

Banjo-Kazooie

Viva Piñata

Banjo-Kazooie

a ter uma variada fauna de coloridas piñatas, criaturas feitas de tiras de papel e inspiradas em animais reais, e que precisam de se alimentar, brincar e acasalar para serem felizes. Mas acima de tudo, para as encher de doces e serem recambiadas para as festas de aniversário de todo o mundo. Felizmente, não dá para assistir no jogo às alegres e vigorosas pauladas que, na vida real, as crianças desferem nas simpáticas piñatas em busca do seu recheio. Então, de consciência limpa, o jogador vai progredindo através deste sistema, arranjando um jardim, conquistando e coleccionando piñatas e, por fim, ganhando dinheiro sempre que há um pedido para uma festa de anos.
As novidades surgem com a adição de 30 novas piñatas, que se juntam às anteriores 60, e que agora se encontram dispersas por três jardins, dois deles - um deserto escaldante e uma região polar - vistos pela primeira vez. Esta variedade obriga a uma gestão mais esforçada do jardim principal, de modo a conciliar todos os géneros de piñatas. Para o efeito, a Rare aumentou consideravelmente a diversidade de "itens" que estarão disponíveis para venda pelos estranhos habitantes. Será possível comprar comida, ferramentas, sementes, tipos de solo, armadilhas e brinquedos. Esta última categoria abre possibilidades para situações engraçadas, como uma linha de comboio com a qual as piñatas interagem viajando de um lado para o outro. Uma das formas de incentivar o uso de uma câmara fotográfica presente no jogo é fotografar este tipo de momentos e presentear os membros da comunidade com o resultado final.
Um dos trunfos de Trouble In Paradise será a opção de jogar cooperativamente com um segundo jogador que participará em actividades como jardinagem ou cuidados especiais para com as piñatas. Importante, o segundo jogador pode entrar e sair a qualquer momento sem afectar a acção do jogo.
Mas a grande surpresa no jogo é a introdução de cartas coleccionáveis (tipo Magic: The Gathering), reconhecidas através da câmara da Xbox 360, que servem para adicionar novas piñatas, efeitos climatéricos ou truques, como dinheiro fácil. O meio de distribuição das cartas ainda está em estudo por parte dos produtores, mas Justin Cook adianta o interesse em disponibilizá-las gratuitamente. «Podem aparecer numa análise de uma revista ou na Internet». De forma a exemplificar a última afirmação, mostra uma imagem num PDA que é igualmente reconhecida pela câmara quando colocada perante a lente. A forma como afectará os jogadores, que terão de trocar as cartas ao mesmo tempo que as coleccionam (criando assim uma maior interactividade fora e dentro do jogo), desperta-nos particular interesse.

NA NET

Sites Relacionados:
www.rareware.com
http://banjo-kazooie.com
www.vivapinata.com

EYE OF PIÑATA

*O sistema de reconhecimento de cartas através da câmara da Xbox 360 lembra-nos o jogo **Eye Of Judgement**, tendo em conta que também funciona por género de código de barras presente nas cartas. É uma comparação refutada pelo produtor Justin Cook :«são tecnologias totalmente diferentes, pois já é algo em que estamos a trabalhar faz algum tempo». Deixamos a decisão ao leitor.*

Um regresso diferente

Quando se estreou na Nintendo 64, em 1998, Banjo-Kazooie era como o sucessor de Mario 64, cuja liberdade num mundo a 3D levou muitos jogadores a viverem experiências únicas, que só podiam ser oferecidas por esta consola num jogo de plataformas. Agora que os reis deste género são jogos como Ratchet & Clank e Jak And Daxter (que, ironicamente, foram buscar inspiração a Banjo-Kazooie e já exploraram ao máximo a fórmula), a Rare decide optar pela diferença. E ataca esse objectivo sacrificando alguns dos pontos fortes que caracterizavam a série, para os substituir por algo novo, mais construtivo. E "construção" é mesmo a palavra-chave de Banjo-Kazooie: Nuts & Bolts já que, para cada mundo a explorar pelo jogador, será agora necessário construir um veículo que permite atingir os objectivos propostos. O princípio é semelhante ao da construção de Legos: juntam-se uma série de blocos, um motor, gasolina e rodas e surge um carro. Juntamos umas asas e uma hélice e temos um avião à disposição. Se retirarmos tudo, deixando os blocos e um motor, temos um barco. Simples.
O vasto leque de opções, do qual fazem parte armas bizarras como atiradores de ovos ou ataques que congelam os inimigos, apresenta elementos inesperados nesta série mas promete horas de diversão na tentativa de construir o transporte ideal. Especialmente quando foram confirmados diversos modos online no serviço Xbox Live, como corridas e arenas para os jogadores competirem e mostrarem a eficácia das suas construções.
Dos seis mundos, ou cenários previstos, apenas tivemos acesso a dois. Ambos de grandes dimensões e de um grafismo detalhado, cheios de cores vibrantes e diversos pormenores. No mundo com o nome de Nutty Acres, a Natureza - é possível ver pássaros a esvoaçar pelos céus e vacas a pastar - mistura-se com elementos mecânicos. Kazooie despertou a nossa atenção, uma vez que surge agora equipada com um bastão que permite agarrar qualquer objecto no cenário e rodá-lo sobre o seu eixo. É uma função que se poderá revelar interessante tendo em conta a forma como aproveita o sistema de física do jogo.
Fazendo justiça à consola onde se encontra, Nuts & Bolts dá realmente uma volta de 360 graus. Mas, descansem os fãs, as personagens dos jogos anteriores voltam a marcar presença, desde Mumbo Jumbo que deixou as artes mágicas para ser mecânico, a Bottles, Tooty e, é claro, a bruxa de serviço, Gruntilda.
A Rare passou um mau bocado nos últimos anos, vivendo à sombra do sucesso de outrora, mas tem na manga dois novos títulos que deverão ficar debaixo de olho pelos possuidores da X360. Viva Piñata: Trouble In Paradise está previsto para Setembro e Banjo-Kazooie: Nuts & Bolts para Novembro.

Viva Piñata

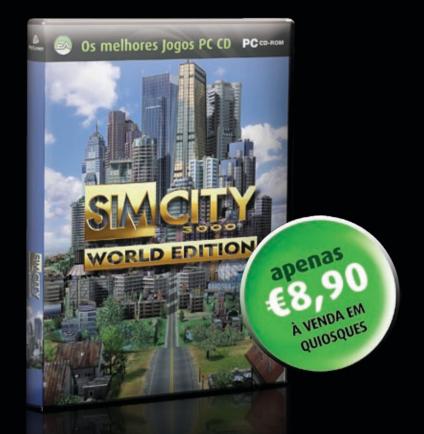
Viva Piñata

VIVA PIÑATA NA DS

Já se tinha falado da possibilidade de surgir uma versão de Viva Piñata para a Nintendo DS, mas só agora foi confirmada, em primeira mão para a Hype!, em conversa com o produtor da Rare, Justin Cook.
*O esquema a seguir será semelhante ao da Xbox 360, um facto curioso tendo em conta que se trata de uma empresa da Microsoft, mas que parece ser uma estratégia a seguir tendo em conta existirem planos para um **Blue Dragon** da Mistwalker na consola da Nintendo.*

Banjo-Kazooie

AS RAMIFICAÇÕES DA RARE

Ao longo dos 25 anos da Rare, foram várias as reviravoltas que levaram muitos dos funcionários a partirem desta empresa para a criação de novos estúdios.
*É o caso da Zoonami, produtora de **Zendoku**; ou a Free Radical, que nos ofereceu a série **TimeSplitters**. A mais recente despedida foi em 2007, encetada pelos fundadores da Rare - os irmãos Stamper - que afirmaram irem em busca de novas oportunidades. Até hoje, qualquer projecto que estejam a preparar ainda se encontra no segredo dos deuses.*

WALL OF FAME

Aqui fica o top de vendas dos jogos produzidos pela Rare, que demonstra a década de 90 como a era dourada da empresa.

1º Donkey Kong Country (1994, Super Nintendo) **9,3 milhões de unidades**

2º GoldenEye 007 (1997, Nintendo 64) **8 milhões de unidades**

3º Donkey Kong 64 (1999, Nintendo 64) **5,27 milhões de unidades**

4º Donkey Kong Country 2 (1995, Super Nintendo) **4,37 milhões de unidades**

5º Banjo-Kazooie (1998, Nintendo 64) **3,65 milhões de unidades**

6º Killer Instinct (1994, Super Nintendo) **3,2 milhões de unidades**

7º Perfect Dark Zero (2005, Xbox 360) **1,5 milhões de unidades**

8º Viva Pinata (2006, Xbox 360) **1,29 milhões de unidades**

Trailer e Imagens no DVD

LITTLE BIG PLANET
O NOVO LEGO

Um universo de papel e cola onde tudo é bonito, fofinho, personalizável e partilhável com o resto do mundo. Pusemos as mãos em cima de Little Big Planet e ficámos com uma certeza: estamos perante uma obra que marcará uma nova etapa para a indústria dos videojogos. GONÇALO BRITO

Conteúdos criados pelos utilizadores. Ao dar às pessoas o poder de se exprimirem artisticamente, de criarem e de se mostrarem ao mundo, está-se a satisfazer-lhes o ego e a proporcionar-lhes realização social e a noção de que são especiais – mesmo que na realidade apenas o sejam na sua própria cabeça. É com essa poderosa forma de comunicação em mente que está a ser desenvolvido Little Big Planet, um jogo de plataformas num universo online persistente para múltiplos jogadores, que pretende fundir interacção social e criação de forma inovadora, divertida e viciante.

À minha maneira

Em Little Big Planet tudo é alterável, desde o representante virtual do jogador ao mundo que o rodeia. O ponto de partida é a personagem Sackboy, ou a sua costela Sackgirl, dependendo de o jogador querer ser menino ou menina. Óculos, chapéus, e outras peças de vestuário em imensa variedade quase garantem que não existirão duas personagens iguais – especialmente porque o aspecto de cada avatar estará em constante mutação, graças ao material criado e disponibilizado por jogadores de todo o mundo. Uma das funcionalidades que mais popularidade deverá granjear é a possibilidade de controlar independentemente os braços e a cabeça do nosso bonequinho e ao mesmo tempo exprimir emoções faciais. Exprimir um ar esforçado enquanto se toca *air guitar* e se faz *head-banging*, ou esboçar um sorriso de orelha a orelha e correr pelo cenário de braços no ar a festejar uma qualquer alegria são apenas duas situações práticas que nos ocorrem de repente.

O mundo

O conceito de Little Big Planet é simples: cada utilizador recebe um espaço (o My Moon) que utiliza para criar cenários de jogo e guardar as suas tralhas. Recorrendo a materiais feitos de madeira, esponja, feltro e metal, e a itens como botões, pistões e alavancas, o jogador edifica cenários e cria os seus próprios minijogos. Os mais narcisistas poderão até importar as suas fotografias e criar um espaço temático em que o jogador é o tema. Embora esteja a ser especialmente concebido para ser jogado com outros humanos, Little Big Planet também oferecerá uma campanha para o jogador solitário que alberga cerca de 50 níveis repletos de plataformas, minijogos e puzzles. No decurso dessa viagem, o utilizador vai desbloqueando material para utilizar nas suas criações. Também interessante é a possibilidade de completar a quatro essa mesma campanha, sem que seja necessário recorrer ao clássico ecrã dividido. O quarteto coexiste no mesmo espaço, e se algum deles ficar para trás, renasce junto ao líder da partida.

O jogo

Proporcionar prazer ao jogador através de manobras que requerem perícia de movimentos é o segredo de qualquer bom jogo de plataformas, e os autores de Little Big Planet sabem-no bem. Por isso estão a apostar forte no sistema de física que, pelo que pudemos atestar, já está bastante afinado. Sentem-se bem as diferenças de peso entre os vários materiais, e acções de que são exemplo as deslocações a alta velocidade a bordo de uma tábua de skate ou a utilização de um balancé para conseguir uma impulsão que nos leve mais alto, deixaram-nos com um sorriso parvo de satisfação. Para superar todos os obstáculos será necessário saltar, empurrar, agarrar, correr e até voar. Com o simples pressionar de um botão é possível fazer o nosso avatar agarrar em praticamente tudo o que vemos no ecrã – objectos, cenários e até nas personagens dos colegas de equipa, que desatam logo a espernear e a gritar «põe-me no chão!». Aliás, boa parte do jogo em equipa exige esse tipo de intimidades, pois para resolver certos dilemas será necessário executar acções como puxar e arremessar os colegas. Para mais, existem objectos gigantes que não conseguiremos manipular sozinhos, e botões e alavancas espalhados pelos cenários que têm de ser manobrados em consonância. E não pensem que a morte não é uma possibilidade neste universo de festa e cores. O óbito pode ocorrer se existir um mau manuseamento de fogo ou se o nosso fofo herói for atingido por objectos pontiagudos ou demasiado pesados.

Os outros

Se correr tão bem como os autores esperam, Little Big Planet será detentor de uma comunidade formidável. Porque para além de todas as ferramentas sociais que oferece, vai oferecer uma longevidade virtualmente infinita. É que haverá sempre alguém a criar cenários, roupas, e toda uma parafernália de conteúdos gratuitos a estrear.

Para manter tudo sob controlo, existirão moderadores, claro, mas a ideia é ser a própria comunidade a fazer o principal trabalho de moderação. Como? A resposta está em sites como o YouTube: através de um sistema que permita aos utilizadores comentar e votar nas criações que vão surgindo.

Existe ainda a possibilidade de não disponibilizar as nossas criações ao resto do mundo, guardando-as para aqueles que entendermos convidar.

NA NET

Sites Relacionados:
www.killzone.com

Trailer e Imagens no DVD

KILLZONE 2
VÊM AÍ OS HUMANOS

Killzone 2 esgrime já argumentos suficientes para se vir a tornar num dos mais envolventes jogos de acção colérica para a PlayStation 3. **GONÇALO BRITO**

A série Killzone é um caso atípico. O seu título de estreia esteve rodeado de um imenso hype mas, no final, acabou por não conseguir mais da opinião pública do que um «razoavelmente bom». Normalmente, quando um jogo desilude torna-se difícil gerar igual entusiasmo para uma sequela. Mas com Killzone isso não aconteceu. É como se a maioria dos jogadores tivesse decidido que o primeiro jogo foi um descuido e que «da próxima é que vai ser». Assim, Killzone 2 está, tal como o seu irmão mais velho, rodeado de expectativa – em parte pelo tal optimismo da comunidade, mas também por culpa da polémica gerada por um vídeo promocional revelado em 2005 que exibiu imagens de jogo demasiado boas para ser verdade. Após muita hesitação, lá foi revelado que o tal ***trailer*** não representava realmente o jogo, mas sim uma meta a alcançar pela equipa de produção, a Guerrilla Games. A desesperada tentativa de estar à altura das expectativas já valeu a Killzone 2 vários adiamentos da data de lançamento. As boas notícias são que, embora ainda esteja em fase pré-Beta, parece que a espera vai valer a pena.

No primeiro título o jogador combateu a invasão dos alienígenas Helghast. Em Killzone 2 as coisas tornam-se mais interessantes, pois desta feita cabe aos humanos invadir o planeta Helghan, lar dos alienígenas. Além disso, segundo os autores, os acontecimentos não serão tão lineares como aparentam.

A Guerrilla pretende criar um jogo intenso e imersivo numa tentativa de atingir aquilo a que chama «realismo à Hollywood». Uma vez que **Call Of Duty 4** é o actual expoente máximo desse tipo de experiência, não surpreende que se note tanto a sua influência em Killzone 2. O jogador e os seus colegas de equipa são colocados atrás das linhas inimigas onde balas, granadas, explosões e outros perigos os atormentam constantemente. Procurar abrigo atrás de um caixote para assassinar os inimigos com mais tranquilidade não é uma opção, pois os acontecimentos obrigam a um célere progresso no terreno (a pé ou em veículos) e alguns Helghast esperam pelo jogador nos sítios mais improváveis.

Os soldados do esquadrão do jogador serão dotados de personalidades supostamente carismáticas e vão palmilhar o campo de batalha para completar objectivos diferentes dos do jogador, chegando mesmo a assumir ocasionalmente o protagonismo. Isto porque a Guerrilla pretende que o jogador se sinta como um membro da equipa e não como um herói. É uma noção reforçada por elementos como a necessidade de recorrer aos colegas de equipa para trepar obstáculos, ou a possibilidade de acudir aliados feridos.

Se tudo isto soa a elementos que já experimentaram noutros videojogos, é porque são mesmo. A Guerrilla é a primeira a admitir que está bem atenta ao que de melhor se anda a fazer para garantir que Killzone 2 oferece uma grande experiência aos fãs de tiroteios puros e duros. Parece estar no bom caminho.

www.mygames.pt

Não pares de ler.

Agora já podes ter todas as edições da Hype!.
Para isso basta enviar um email para leitoreshype@mygames.pt com a indicação de qual a edição pretendida e serás contactado pela equipa. Não percas nenhuma!

MyGames **Find the fun.**

3

- Tema de Capa: Os videojogos dão música
- Commodore Amiga
- Tutoriais: Fazer e gravar música no PC; Tudo sobre compras online
- World Cyber Games 2007

4

- Tema de Capa: Natal Hardcore
- Tutorial: Como gravar TV no PC
- Especial Jogos Japoneses
- Mods GTA.

5

- Tema de Capa: Tendências para 2008
- Os Jogos e a Moda
- Melhores jogos de 2007
- Tutoriais: Como utilizar o PayPal; Ligar consolas em Surround

6

- Tema de Capa: Cinema e videojogos
- Como ser o melhor jogador do mundo
- Tutoriais: Retocar fotografias; Ligar consolas à Net; Fazer filmes machinima
- Independent Games Festival

7

- Tema de Capa: O futuro do PC
- Reportagem Alone In The Dark
- Especial: Quanto vale um jogo?
- Tutoriais: Proteger o PC de borla; Criar MP3

8

- Tema de Capa: MotorStorm 2
- Especial: O Corpo e os Videojogos
- Especial: Rockstar
- Tutoriais: Fazer menus para CD/DVD/Blu-ray; Montar LAN Parties

RESISTANCE 2
A LUTA CONTINUA

Fomos até Londres e descobrimos tudo sobre a épica invasão alienígena do novo jogo da Insomniac. **GONÇALO BRITO**

A sequela de Resistance: Fall Of Man dá seguimento à trágica história de Nathan Hale – o humano protagonista das batalhas contra os alienígenas Chimera – e traz mais do mesmo em proporções maiores e melhores. É uma postura lógica, uma vez que o jogo original colheu boas críticas e atingiu generosos números de vendas. A fórmula gizada pela Insomniac Games para Resistance 2 é simples: sanar os elementos do passado menos conseguidos e adicionar novidades baseadas nas melhores ideias da equipa e nos desejos da comunidade de fãs.

A chegada da raça extraterrestre Chimera ao nosso planeta impediu a Segunda Guerra Mundial de ocorrer, originando assim uma realidade alternativa. Em Resistance: Fall Of Man o jogador comandou o sargento Nathan Hale enquanto este tentava impedir os invasores de conquistarem a Inglaterra. Hale viria a ser infectado por um vírus alienígena que lhe proporcionou poderes especiais. Em Resistance 2, Hale é integrado num grupo de forças especiais, os Sentinels, composto por outros humanos mutados como ele. A acção decorrerá na década de 50, nos Estados Unidos, o que, segundo o presidente da Insomniac Games, Ted Price, permitirá criar uma grande diversidade de cenários.

A Insomniac é da opinião que qualquer jogo actual deve possuir uma forte comunidade online. Por isso encontra-se a desenvolver o site MyResistance.net que – entre outros elementos a anunciar – possuirá ferramentas sociais para que os jogadores possam encontrar outros utilizadores com interesses semelhantes e combinar actividades relacionadas ou não com o jogo.

Segundo a Sony, existem 1,4 milhões de pessoas a jogar Resistance: Fall Of Man online, número suficiente para motivar a Insomniac a voltar a apostar forte na

componente para múltiplos jogadores. Com efeito, será possível completar uma campanha secundária online – com acontecimentos paralelos aos de Nathan Hale – ao lado de até sete amigos ou em modo de ecrã dividido. Cada jogador poderá escolher a sua classe (Médico, Soldado, Agente Especial, etc.) e verá os seus feitos recompensados com pontos de experiência e muitas outras recompensas ainda a definir.

As batalhas online entre humanos serão travadas por até 60 jogadores em simultâneo. Para impedir que o caos se instale, a multidão será composta por duas facções que, por sua vez, estarão divididas em esquadrões. Cada esquadrão tem um objectivo próprio, que terá de disputar com um esquadrão da equipa adversária. Esta fórmula serve não só para conseguir uma distribuição homogénea dos jogadores pelo campo de batalha mas também para tornar o combate mais pessoal, promovendo pequenos ódios de estimação por aqueles indivíduos que constantemente nos fazem a folha. Para ajudar a manter o espírito da coisa, serão atribuídas recompensas especiais aos jogadores que actuarem em equipa.

NA NET

Sites Relacionados:

www.resistancefallofman.com

http://myresistance.net

www.us.playstation.com/PS3/Games/Resistance_2

Vídeo-Reportagem exclusiva sobre o Playstation Day no DVD

PLAYSTATION PARA LÁ DOS VIDEOJOGOS

Apesar de estar a renovar a sua imagem para voltar a ser olhada como uma empresa de jogos para jogadores, utilizadores, e, claro, jogos para toda a família. Descubram de que forma a Sony vai passar a fazer parte do a Sony PlayStation continua a apostar forte em cinema, música, redes sociais, conteúdos criados por nosso agregado familiar – dentro e fora de casa. **GONÇALO BRITO**

OS JOGOS

MyBuzz

Campeã de vendas na PlayStation 2, a série Buzz!, vai chegar à PlayStation 3 sob o nome de **Buzz!: Quiz TV**. Este título vem equipado com cerca de cinco mil perguntas, campainhas sem fios, a possibilidade de juntar um grupo de amigos em casa para realizar partidas online e de adquirir novas perguntas através da PlayStation Store. Recorrendo ao site MyBuzz, os jogadores poderão criar questionários e partilhá-los com a comunidade, que os poderá descarregar gratuitamente.

EyeToy Play

A pequena câmara de filmar EyeToy, para a PlayStation 2, vai receber em Outubro dois divertidos títulos direccionados para os mais novos. Um deles é **EyeToy Play: Hero**, um jogo de acção com um estilo visual semelhante a **Dragon's Lair** que vem acompanhado de uma pequena espada para interagir com a câmara EyeToy. Já **EyeToy Play: PomPom Party** permite ser uma *cheerleader*. É só pegar nos pompons e acená-los com ritmo.

A TELEVISÃO

BD Live

Com capacidade para reproduzir filmes em alta definição, som Surround 7.1 e albergar várias versões da mesma película, o formato de disco óptico Blu-ray venceu a guerra da alta definição, posicionando-se como potencial sucessor oficial do DVD convencional. Os filmes comercializados neste formato trazem opções especiais, como a possibilidade de visualizar extras sem sair do filme, criar listas de cenas favoritas e resolver trivias. O título "The Water Horse", por exemplo, permite cuidar de um animal virtual, e "Vantage Point" fornece um sistema de navegação GPS com a localização dos actores nos cenários. O serviço online BD Live expande o conceito, oferecendo aos espectadores a possibilidade de descarregar material exclusivo, como cenas cortadas, músicas e minijogos. "Men In Black" até permite competir online em jogos de trivia.

Go!View

É o serviço de vídeo *on demand* para a PSP. Mediante uma subscrição paga, o Go!View permite visualizar "por encomenda" filmes, séries televisivas e desporto. Para já existe apenas no Reino Unido, mas a Sony está a negociar o serviço para o resto da Europa. A PlayStation 3 também recebe este serviço.

PlayTV

É a placa de captura de televisão para a PlayStation 3. Permite ver e gravar qualquer programa televisivo para o disco rígido da consola. O PlayTV vem também apetrechado com a funcionalidade sem fios Remote Play que permite visionar televisão em directo na PSP, assim como todas as fotografias, vídeos e músicas guardadas no disco rígido da PS3. Custa 100 euros.

OS UTILITÁRIOS

Com os acessórios correctos, a PSP torna-se num verdadeiro canivete suíço de comunicação. Podemos conversar gratuitamente, por escrito ou por voz, com pessoas de todo o mundo graças ao software Go!Messenger – basta aceder a uma rede sem fios. Já para comunicar para telemóveis ou redes fixas, é necessário adquirir o serviço pago do Skype. Estes produtos podem ser ampliados com a pequena câmara Go!Cam, que oferece a possibilidade de filmar vídeos e editá-los posteriormente no software Go!Edit.

Já foram vendidos cerca de três milhões e meio de discos Blu-ray: um milhão e 400 mil deles no primeiro trimestre de 2008.

Go!Explore

Um guia turístico para a PSP. Contém sistema de navegação por GPS, bem como mapas detalhados, em três dimensões, das principais cidades do mundo, e dos seus principais pontos de interesse (monumentos, restaurantes e muitos outros). Pode ser actualizado regularmente através da PSP Store.

Home: uma casa lá em casa

Depois de constantes adiamentos, o serviço Home poderá finalmente ser descarregado gratuitamente para a PlayStation 3 no final de Novembro de 2008.

Home é um mundo virtual onde se socializa – por escrito, por voz, ou por emotes – com pessoas de todo o mundo, um pouco como no popular Second Life. Para além de todas as informações desvendadas pela Hype! no nível 06, a Sony revelou novidades como a possibilidade de comprar casa de férias em qualquer parte do mundo virtual, que pretende ser uma imitação do mundo real. Jogar com ou contra outros residentes do Home é simples: basta que ambos possuam um exemplar do mesmo título. Assim, seguem directamente para a sessão de jogo, sem necessitarem de abandonar as suas casas virtuais (desde que ambos possuam uma cópia desse jogo). A Sony revelou que já existem produtoras externas a trabalhar em serviços para o Home e que está a estudar formas de incluir conteúdos criados pelos utilizadores.

Exclusivo Hype!

WRATH OF THE LICH KING
HERÓI ATÉ AOS 80

A Hype! foi aos estúdios da Blizzard experimentar a segunda expansão de World Of Warcraft e conversar com os autores do jogo. Conheçam as novas raças, as velhas histórias e as razões pelas quais este título online conquistou milhões de fãs. **FREDERICO TEIXEIRA, EM LOS ANGELES**

Já passaram quase quatro anos desde o lançamento de World Of Warcraft (WOW), tempo suficiente para atravessar duas gerações de Windows ou o ciclo de vida de algumas consolas. Ainda assim, o primeiro jogo de aventura num universo online persistente da Blizzard «continua a ter mais subscritores hoje do que os que tinha ontem» garantiu-nos o produtor, J. Allen Brack. O que motiva quase 15 milhões de pessoas a pagar mais de 10 euros por mês, juntamente com o preço de dois jogos completos (pelo título original e a expansão **The Burning Crusade**)? Que fenómeno é este? E como é que a Blizzard tenciona manter esta tendência crescente através da nova expansão, Wrath Of The Lich King?
A resposta a algumas destas perguntas pode estar na organização do próprio espaço de trabalho. Sim, os *geeks* da Blizzard têm ginásios e cafetarias abertas 24 horas por dia, circuitos de jogging, parqueamento e todas aquelas mordomias típicas de produtoras de alto perfil. Também se reúnem numa sala de convívio central para trocar impressões sobre o projecto, ver filmes ou fazer barulho em **Rock Band**. Contudo, em cada uma das salas de trabalho (decoradas ao gosto de cada um), artistas, programadores e designers misturam-se, em vez de partilharem o seu espaço físico com outros colegas da mesma especialidade.
Para o designer principal, Jeffrey Kaplan, esta heterogeneidade de funções é «um dos segredos para uma equipa repleta de talentos criativos, onde há um fluxo constante de ideias». Tanto assim é que a equipa não tem tempo para implementar muitas das novas ideias e ainda hoje está a integrar no jogo elementos que faziam parte do documento de design inicial, com quase sete anos. «Originalmente, quando planeámos WOW preparámos muitas terras e arcos narrativos que queríamos explorar. Aliás, o novo continente de jogo, Northrend, bem como as Outlands da expansão Burning Crusade, faziam parte do plano original para WOW. Até começarmos realmente a produzir o jogo não tínhamos ideia de quanto conteúdo seria necessário», recorda Kaplan.

Regresso às origens

Northrend é uma terra onde os jogadores de WOW vão passar pelo menos um ano da sua vida, até que surja uma terceira expansão para o jogo. É junto de vikings, homens-aranha e focas bípedes que as personagens vão poder conquistar mais 10 patamares de experiência, até ao nível 80. O continente situa-se na zona norte do mundo de Azeroth, onde decorreu a acção de todos os jogos com o selo "Warcraft" até Burning Crusade. Mas Northrend não é só gelo. As suas regiões têm ambientes diversificados, tais como planaltos, zonas vulcânicas, cemitérios de dragões, prados verdejantes e até uma região tropical, fruto de uma experiência mágica (para os mais nerds: é uma região semelhante à Un'Goro Crater). Esta necessidade de variar os ambientes de jogo é uma das grandes lições que a Blizzard aprendeu

A morada da Blizzard é secreta e todos os visitantes são obrigados a assinar um termo de responsabilidade para não a revelarem. A equipa preza a sua privacidade e por isso usa uma caixa postal para receber toda a correspondência.

com o lançamento do título original. Internamente baptizaram este ensinamento de «lição Molten Core» em honra à masmorra com o mesmo nome, na qual grupos de 40 jogadores passavam uma noite rodeados por rocha amarelada e lava.
Os mais atentos vão reparar que até agora grande parte das comparações têm sido feitas ao jogo original, e não à última expansão que decorria nas Outlands. A razão é simples. Como explica o produtor J. Allen Brack, «tomámos a decisão de regressar a um cenário de fantasia mais tradicional. O que é especialmente verdadeiro no aspecto das zonas, bem como nas armas e equipamento. Algumas das armas na Outlands eram em algo do género: tens aqui um bastão orbitado por uma viscosidade roxa e é... uma espada. Ao passo que muito do que vão ver em Northrend se enquadra mais numa observação directa – "olha, ali está uma lâmina gigante e afiada com uma pega de cabedal"».
Após algumas horas a cavalgar pelas duas áreas iniciais é fácil perceber que Wrath Of The Lich King contém alguns dos cenários mais amplos e detalhados de WOW. Atenção, isto não significa que sejam ambientes de cortar a respiração, porque não são. Por muito que a equipa tenha um grupo de programadores dedicados a melhorar a prestação e potencial do motor de jogo, a verdade é que a tecnologia que serve de base aos cenários estilizados de WOW já tem uns aninhos. Ainda assim, pormenores como as sombras e os efeitos de luz e partículas estão a ser melhorados para a nova Wrath Of The Lich King.

Um príncipe amaldiçoado

Outra das curiosidades que sobressai de imediato é que o aspecto de Northrend está muito próximo de **Warcraft 3**. O que não é de estranhar, uma vez que Wrath Of The Lich King recupera a personagem mais importante desse jogo. Chama-se, ou chamava-se, Rei Arthas. Mas foi corrompido pelos poderes das trevas numa tentativa desesperada de salvar a Humanidade e agora responde pelo nome de Lich King. Na nova expansão a Blizzard vai permitir que o jogador batalhe com Arthas duas vezes. Uma ao seu lado, quando ainda era Humano, através das misteriosas masmorras onde as velhas batalhas da série Warcraft são recuperadas, as Caverns Of Time. A segunda batalha, o clímax da expansão, é um confronto final entre 25 jogadores

DISCURSO DIRECTO: J. ALLEN BRACK
PRODUTOR

Para quando uma terceira facção?
É um assunto que já foi muito debatido... e é uma tarefa hercúlea. Não estou a dizer que não o iremos fazer, só não estamos a planear fazê-lo em Wrath Of The Lich King. Sim, sem dúvida que podíamos criar uma terceira facção mas, de momento, vamos ficar-nos pela Horde e a Alliance.

Quando é que a Blizzard vai cumprir a promessa de «um ano, uma expansão»?
Promessa é uma palavra feia. É uma espécie de linha orientadora, um objectivo. Continuamos a treinar mais pessoas, a criar melhores ferramentas, a fazer as coisas de forma mais eficiente para que eventualmente consigamos fazer uma expansão por ano. Mas ainda não estamos nesse ponto.

Que ciclo de vida prevê para WOW?
*A Blizzard tem a reputação de apoiar os seus jogos durante longos períodos de tempo. Lançámos correcções para **Starcraft** cinco anos depois de ter sido editado. Tem-se passado o mesmo com Warcraft 3. E vamos continuar a lançar actualizações e expansões para WOW durante muitos, muitos, muitos anos. Quando vamos parar de adicionar novo conteúdo? Não faço ideia. O WOW ainda está a crescer. Já passaram três anos e meio e continuamos a crescer.*

Que inovações gostava de ver nos MMOs?
Para mim WOW é um jogo que envolve a existência de uma equipa talentosa a criar conteúdo para que o consumidor possa usufruir da experiência. Mas uma das coisas que eu gostava de ver mais é conteúdo criado pelos jogadores. Alguns jogos tentaram ter uma quantidade abismal de conteúdo criado pelas comunidades. O problema deste tipo de conteúdo é que 99 por certo é terrível. Mas alguns projectos têm tido o mérito de conseguir descobrir que camada desse conteúdo é boa, integrando-o na experiência. Estou expectante para ver mais disso, ver melhores ferramentas, melhor organização, para que os jogadores possam contribuir mais para os jogos. WOW não terá nada desse género, não está de todo criado para uma abordagem dessas. Mas é um conceito interessante.

DO 1 AO 80

1: O nascimento de uma lenda... em farrapos pobres.
10: Agora já posso usar talentos para me especializar.
20: Ena, tantas habilidades novas!
30: A partir de agora já posso andar a cavalo. *
40: A meia-idade é premiada com várias novas habilidades e feitiços.
55: A partir de agora posso ter um irmão gémeo, Death Knight. *
60: Montada épica, equipamento decente e muitas masmorras disponíveis? Está a melhorar.
70: Agora já posso voar como no Second Life.
80: Finalmente sou uma lenda e tenho acesso a dois novos patamares de equipamento épico. *

Burning Crusade

Lich King

* novidade de Wrath Of The Lich King

e o Lich King, no seu trono de gelo. A má notícia é haver a possibilidade bem real desta batalha apenas vir a ser incluída num *patch* posterior ao lançamento da expansão.
Uma novidade com presença garantida em Wrath Of The Lich King é a nova classe, o Death Knight. Trata-se de um anti paladino que odeia escudos e espadas grandes e é a primeira classe criada com o propósito de combater feiticeiros corpo a corpo - ainda que substitua eficazmente um guerreiro em masmorras de cinco pessoas. A Blizzard demorou bastante tempo a ponderar qual seria a classe mais importante para adicionar ao jogo e, após muito debate, um "tanque" com alguns poderes necromânticos - inspirado na personagem do Lich King - pareceu a escolha mais acertada.
Não pudemos colocar as mãos num Death Knight, mas foi possível vê-lo em acção e podem crer que conta com um leque de habilidades muito interessantes: desde teletransportar os inimigos para o alcance da sua espada a invocar uma série de mortos-vivos a partir dos cadáveres, a nova raça parece ter aquele perfil irresistível de anti-herói ao bom estilo de The Witcher.
Até à data, WOW confia em três sistemas de combate, dependendo da classe: há o sistema de raiva dos guerreiros, que se torna mais poderoso com o decorrer do combate; os ladrões usam um sistema de combinações de golpes; e, por fim, a clássica barra de Mana, uma unidade mágica que se gasta com cada feitiço invocado. Os Death Knights empregam um novo método composto por um conjunto de seis runas (personalizáveis), que se recarregam depois de activadas para usar um poder ou desferir um golpe especial. Cabe ao jogador configurar estas runas em função dos poderes que deseja usar mais frequentemente.
Para criar uma personagem Death Knight basta apenas ter uma qualquer personagem de nível 55 ou superior. Posto isso, é possível criar um Death Knight escolhendo a sua aparência, raça e nome. E para que os jogadores não tenham de voltar à estaca zero os Death Knights arrancam logo com nível 55.

Battlefield WOW

Uma das grandes novidades para Wrath Of The Lich King é a integração de uma nova tecnologia para veículos que permite criar todo o tipo de transportes voadores e terrestres. «Inicialmente, a razão pela qual começámos a trabalhar nos veículos era para combates entre jogadores [PVP]. Porque queríamos criar maquinaria de cerco nos campos de batalha entre jogadores», contextualiza Jeffrey Kaplan. «Mas à medida que trabalhávamos neste sistema para PVP, os nossos criadores de missões começaram a olhar para o sistema e a dizer "Eu posso fazer uma demanda com isso" e logo choveram ideias». Pouco tempo depois nasceram montadas para dois jogadores, tanques com espaço para várias pessoas (uma conduz as outras combatem) e até helicópteros que permitem combates aéreos. Para além disso, esta expansão vai ser a primeira a ter uma região aberta onde os jogadores vão combater entre si pelo domínio do terreno usando todo o tipo de maquinaria de cerco – algo que também já estava previsto no primeiro documento de design de WOW.
Passar um par de horas a deambular pelas duas zonas iniciais de Wrath Of The Lich King é o equivalente a jogar cinco minutos na maioria dos títulos que existem no mercado. Sim, andei de helicóptero, coloquei os olhos numa enorme pirâmide voadora (uma Ziggurat) com uma caveira de pedra que "vomita" a peste que contamina o continente de Northrend, e até pude entrar numa das novas masmorras do jogo, sozinho, apenas para ser enxovalhado por dois vikings musculados após meia dúzia de passos – a tarefa é indicada para grupos de 10 ou 25 jogadores, como de resto serão todas as masmorras de Wrath Of The Lich King.
A expansão ainda está muito longe da recta final. A fauna e a flora ainda não estão finalizadas, muito menos as novas habilidades e raça. Resta-nos um desabafo: é difícil sentir a magia de World Of Warcraft sem outras pessoas, sem uma guilda, sem diálogos, sem macacadas colectivas, sem spam e sem a confusão da casa de leilões. Foi como andar numa grande metrópole deserta. Uma situação que certamente vai mudar no final do ano, quando Wrath Of The Lich King chegar ao mercado.

É possível mudar de aspecto nas novas barbearias.

Com alguma ajuda da guilda é possível passar de nível 1 a nível 70 em 24 horas. Há um jogador europeu que o faz sistematicamente.

CASOS DE SUCESSO

Beber uns copos com os produtores do jogo e colegas de profissão acaba sempre por trazer à baila algumas confissões interessantes. Vejam, por exemplo, alguns dos truques que os nossos companheiros de viagem e anfitriões usavam para enriquecer as suas personagens de WOW.

Olhó gelado!
«Quando os gelados apareceram pela primeira vez eu entrava com duas personagens. Uma ficava em cima do vendedor de gelados de uma forma que ninguém conseguia interagir com ela. A outra personagem vendia os gelados na casa de leilões a 500 por cento do seu valor».
J. Allen Brach, produtor

Gato procura orc para adopção
«As personagens da Horde não tinham acesso a gatos. Comprei dezenas e coloquei-os à venda numa casa de leilões partilhada (entre Horde e Alliance). Foi assim que ganhei dinheiro para a montada épica».
Ben Schroder, relações públicas da Blizzard Europe

There can be only one!
«Uma guilda dedicada ao comércio (que já controlava boa parte das operações da casa de leilões) resolveu comprar todos os itens leiloados por terceiros, revendendo-os com uma margem de lucro de 20 por cento».
Tim Edwards, jornalista da PC Gamer

BLIZZARD TOUR

Cafetaria
A cafetaria da Blizzard Entertainment tem a alcunha de Boar's Nest (ninho dos javalis) e é ilustrada com esta fantástica pintura.

Sala de convívio
Nos tempos livres há cineclube, jogos de tabuleiro e muito Rock Band e Guitar Hero.

Blizzard Museum
Estátuas, prémios, desenhos a carvão, quadros, espadas, cinema em alta definição... há de tudo neste museu.

Quadro de Honra
Tanto quanto se sabe, Starcraft foi o primeiro videojogo a ter ido ao espaço. Fê-lo no nonagésimo quarto voo da nave Discovery.

South Park
Aqui jaz o argumento final do episódio de South Park "Make Love Not Warcraft", juntamente com os 30 guiões que não foram aprovados.

Estacionamento
Entre algumas Harley Davidsons também se encontram carros com matrículas originais. L2P significa "aprende a jogar" (Learn To Play).

Ginásio
«O local onde os Night Elfs se fazem homens».

>> LANÇAMENTOS

TESTES DO MÊS
Os jogos testados nesta edição

Jogo	Nota
Grand Theft Auto 4	10
Metal Gear Solid 4	9
Boom Blox	8
Command & Conquer 3: Kane's Wrath	8
Mario Kart Wii	8
ATV Offroad Fury 4	7
Pro Evolution Soccer 2008 (Wii)	7
Sims 2: Tempos Livres, Os	7
UEFA Euro 2008 (X360/PS3/PS2/PSP)	6
Time Crisis 4	6
Iron Man (X360)	5
UEFA Euro 2008 (PC)	5
Iron Man (PS2/PSP)	4
Universe at War	3

FORA DE JOGO
Os jogos mais desejados são sempre os que acabam adiados

Bangai-O Spirits (DS) Agosto
Buzz!: Quiz TV (PS3) 4 de Julho
Infinite Undiscovery (X360) 2 de Setembro
Killzone 2 (PS3) Fevereiro de 2009
Little Big Planet (PS3) Outubro
Prototype (PC/X360/PS3) 2009
Too Human (X360) 29 de Agosto
Warhammer Online: Age Of Reckoning (PC) OUTONO

A HYPE! RECOMENDA

PC

MODERNO
Call Of Duty 4

Cinematográfico, intenso, variado quanto baste e com um viciante modo para múltiplos jogadores online, COD 4 oferece uma guerra virtual soberba.

ALTERNATIVA
Sins Of A Solar Empire

Exploração, colonização e batalhas galácticas nunca foram tão desafiantes, seja online ou contra o PC.

CLÁSSICO
Star Wars: Knights Of The Old Republic

Uma obra-prima que nos leva a participar no conflito entre os Jedi e os Sith, quatro mil anos antes do tempo retratado do filme.

PLAYSTATION 3

MODERNO
Metal Gear Solid 4

Um final em grande estilo para uma *franchise* única no mundo dos videojogos. Justifica de caras a aquisição de uma PlayStation 3.

ALTERNATIVA
Grand Theft Auto 4

Experiência Grand Theft Auto ao melhor estilo de Vice City, em alta definição, com componente online e boas perspectivas de conteúdo adicional. Divinal!

CLÁSSICO
The Elder Scrolls 4: Oblivion

Um jogo de *role-play* que privilegia a atmosfera em detrimento de uma complexa teia de relações sociais. A variedade de missões e a beleza das paisagens garantem semanas de diversão a fio.

PLAYSTATION 2

MODERNO
Persona 3

A mistura de elementos de jogos de *role play* japoneses com uma simulação básica de relações sociais resulta numa surpreendente e apaixonante viagem.

ALTERNATIVA
Guitar Hero 3

Guitar Hero possui modos de jogo para todos os gostos e uma banda sonora de luxo que atravessa várias gerações do rock.

CLÁSSICO
Metal Gear Solid 3: Snake Eater

Apesar do sistema de controlo datado, esta prequela da série tornou-se num título de referência devido ao enredo e às suas personagens.

XBOX 360

MODERNO
Grand Theft Auto 4

Experiência Grand Theft Auto ao melhor estilo de Vice City, em alta definição, com componente online e boas perspectivas de conteúdo adicional. Divinal!

ALTERNATIVA
Devil May Cry 4

Um jogo *over the top* que faz qualquer um sentir-se como um verdadeiro super-herói.

CLÁSSICO
Gears Of War

Uma épica batalha pela sobrevivência mergulhada em muito sangue, efeitos visuais estilizados e uma motoserra que faz milagres nas competições entre múltiplos jogadores.

WII

MODERNO
Wii Fit

Para lá das previsíveis e acesas discussões sobre se é um jogo ou não, Wii Fit cumpre na perfeição o seu propósito: incentivar ao exercício, divertindo.

ALTERNATIVA
Boom Blox

Puzzles e acção combinados numa diversão primitiva que leva jogadores casuais e hardcore a juntarem-se numa só consola.

CLÁSSICO
Resident Evil 4

Contando com um renovado sistema de controlo, a versão Wii de Resident Evil 4 é um carrossel de emoções fortes do primeiro ao último minuto.

PSP

MODERNO
God Of War: Chains Of Olympus

Chains Of Olympus seria um passo ao lado se fosse editado na PS2 mas no campo dos jogos portáteis trata-se de uma autêntica dádiva dos deuses.

ALTERNATIVA
Patapon

Acção, música, estratégia e animação compõem a partitura deste jogo mágico, um dos mais originais e cativantes a tocar numa PSP.

CLÁSSICO
Tekken: Dark Resurrection

Um jogo de luxo perfeitamente adaptado à realidade portátil e com efeitos terapêuticos que não devem ser ignorados.

DS

MODERNO
Sega Superstars Tennis

Um excelente jogo arcada fácil de aprender, difícil de superar, mas extremamente divertido. Um bom passatempo para partilhar com os amigos.

ALTERNATIVA
Geometry Wars: Galaxies

Há algo de mágico nesta fórmula, uma interminável sucessão de tiroteios e fintas à morte embrulhada em imagens psicadélicas e música trance.

CLÁSSICO
New Super Mario Bros

O clássico de plataformas dos anos 80 revisto à luz das inovadoras mecânicas de jogo proporcionadas pelo duplo ecrã da DS. Contém ainda vários minijogos para se competir contra os amigos.

LANÇAMENTOS DE JUNHO

PC
AGATHA CHRISTIE: MURDER ON ... Playgames
ALONE IN THE DARK Atari Ibérica
BEIJING 2008 Ecofilmes
DEVIL MAY CRY 4 Ecofilmes
EUROPA UNIVERSALIS: ROME Playgames
HOSPITAL TYCOON Playgames
KUNG FU PANDA Ecofilmes
LEGO INDIANA JONES Ecofilmes
LOST PLANET: COLONIES Ecofilmes
MASS EFFECT EA Portugal
SPELLFORCE 2: SHADOW WARS Playgames
THE CHRONICLES OF NARNIA: PRINCE CASPIAN Atari Ibérica
THE INCREDIBLE HULK Ecofilmes
THE SIMS 2: IKEA HOME STUFF EA Portugal
THE WHEELMAN Ecofilmes

XBOX 360
ALONE IN THE DARK Atari Ibérica
BATTLEFIELD: BAD COMPANY EA Portugal
BEIJING 2008 Ecofilmes
BOURNE CONSPIRACY Infocapital
COMMAND & CONQUER: KANE'S WRATH EA Portugal
DON KING PRESENTS: PRIZEFIGHTER BOXING Infocapital
DRAGON BALL Z: BURST LIMIT Atari Ibérica
ENEMY TERRITORY: QUAKE WARS Ecofilmes
GUITAR HERO: AEROSMITH Ecofilmes
KUNG FU PANDA Ecofilmes
LEGO INDIANA JONES Ecofilmes
LOST PLANET: COLONIES Ecofilmes
THE CHRONICLES OF NARNIA: PRINCE CASPIAN Atari Ibérica
THE INCREDIBLE HULK Ecofilmes
THE WHEELMAN Ecofilmes
TOP SPIN 3 Infocapital
UNREAL TOURNAMENT 3 Ecofilmes

PS3
BATTLEFIELD: BAD COMPANY EA Portugal
BEIJING 2008 Ecofilmes
BOURNE CONSPIRACY Infocapital
DRAGON BALL Z: BURST LIMIT Atari Ibérica
ENEMY TERRITORY: QUAKE WARS Ecofilmes
GUITAR HERO: AEROSMITH Ecofilmes
KUNG FU PANDA Ecofilmes
LEGO INDIANA JONES Ecofilmes
METAL GEAR SOLID 4 Ecofilmes
OVERLORD: RISING HELL Atari Ibérica
SINGSTAR VOL. 2 Sony CE Portugal
THE CHRONICLES OF NARNIA: PRINCE CASPIAN Atari Ibérica
THE INCREDIBLE HULK Ecofilmes
THE WHEELMAN Ecofilmes
TOP SPIN 3 Infocapital

Wii
ALONE IN THE DARK Atari Ibérica
BAROQUE Virgin Play
EMERGENCY HERO Ecofilmes
GUITAR HERO: AEROSMITH Ecofilmes
KUNG FU PANDA Ecofilmes
LEGO INDIANA JONES Ecofilmes
OKAMI Ecofilmes
SPEED RACER Infocapital
THE CHRONICLES OF NARNIA: PRINCE CASPIAN Atari Ibérica
THE INCREDIBLE HULK Ecofilmes
TOP SPIN 3 Infocapital
WE LOVE GOLF Ecofilmes

PS2
ALONE IN THE DARK Atari Ibérica
GUITAR HERO: AEROSMITH Ecofilmes
KUNG FU PANDA Ecofilmes
LEGO INDIANA JONES Ecofilmes
SILENT HILL: ORIGINS Ecofilmes
SINGSTAR: SUMMER PARTY Sony CE Portugal
THE CHRONICLES OF NARNIA: PRINCE CASPIAN Atari Ibérica
THE INCREDIBLE HULK Ecofilmes

PSP
ATV OFFROAD FURY PRO Sony CE Portugal
ECHOCHROME Sony CE Portugal
EVERYBODY'S GOLF 2 Sony CE Portugal
FINAL FANTASY VII: CRISIS CORE Ecofilmes
LEGO INDIANA JONES Ecofilmes
PLATYPUS Atari Ibérica

DS
FINAL FANTASY IV Ecofilmes
GUITAR HERO: ON TOUR Ecofilmes
KUNG FU PANDA Ecofilmes
LEGO INDIANA JONES Ecofilmes
NINJA GAIDEN: DRAGON SWORD Ecofilmes
SPEED RACER Infocapital
THE CHRONICLES OF NARNIA: PRINCE CASPIAN Atari Ibérica
THE INCREDIBLE HULK Ecofilmes
TOP SPIN 3 Infocapital

METAL GEAR SOLID 4
DOS FRACOS NÃO REZA A HISTÓRIA

É a primeira "bomba" exclusiva da PlayStation 3. E é também um tour de force pelo universo das cinco emoções humanas mais básicas: medo, amor, raiva, tristeza e alegria. Kojima é um génio. **JORGE VIEIRA**

O LÁPIS AZUL DA KONAMI

No final de Abril, Hideo Kojima convidou a Hype! a viajar até Paris para que pudéssemos jogar, em primeira mão, à derradeira aventura de Solid Snake. Durante quatro dias, pouco mais fizemos do que desvendar todos os segredos de Metal Gear Solid 4 (MGS 4), uma obra que encerra com chave de ouro esta série.

*Terminado o jogo (e que inesquecível final Kojima tem na manga!), é difícil cumprir as proibições impostas pela Konami ao restrito naipe de jornalistas europeus convidados para o evento. Compreende-se que os autores não queiram que o epílogo de MGS 4 seja revelado antes de 12 de Junho (a data da edição mundial do jogo) mas o NDA (non disclosure agreement) vai muito além dos pormenores do enredo, proibindo-nos sequer de mencionar certas novidades e sequências que vão deixar os jogadores de cabeça à roda. Em jeito de brincadeira, fomos buscar o infame lápis azul que no tempo do Estado Novo, rasurava ou riscava todas as passagens consideradas impróprias ou de carácter subversivo e deliberadamente eliminámos a informação considerada pela Konami como sendo imprópria para revelação. Assim sendo, aqui fica o aviso de que a leitura integral deste texto terá de ficar reservada para meados de Junho, altura em que será publicado, sem cortes nem censura, no portal MyGames (**www.mygames.pt**). Por agora, lamentamos mas o velho lápis azul reentrou em acção.*

Quis oferecer aos fãs de Metal Gear Solid respostas para todas as perguntas que estavam em aberto, ao mesmo tempo que tornei a jogabilidade mais simples para quem só agora vai começar a jogar à série». Esta frase proferida por Hideo Kojima resume na perfeição o conceito de Metal Gear Solid 4.

Quem acompanha Solid Snake desde os tempos da PSOne vai ficar deliciado com este último capítulo. O jogo é uma viagem nostálgica pelo imaginário criado por Hideo Kojima com diálogos e *flashbacks* que não só recordam cenas-chave dos episódios anteriores, como juntam as pontas soltas de um enredo quase tão complexo como a Bíblia. Os interlúdios e as conversas via rádio (cuja gigantesca duração já faz parte do anedotário do mundo dos videojogos) sempre foram uma componente importante do jogo mas, desta vez, Kojima encadeou com mestria a acção e as sequências cinematográficas, deixando espaço para o jogador respirar e reflectir sobre tudo o que se passa à sua volta.

Ao mesmo tempo, MGS 4 é o expoente máximo de uma evolução que transformou o "pai" dos jogos de acção furtiva numa obra acessível a qualquer jogador. Os truques de câmara de **Resident Evil 4**; os combates tácticos de **Gears Of War**; o ritmo de **God Of War**; nada escapou, nestes últimos anos, à atenção de Hideo Kojima no sentido de facilitar a vida àqueles que criticavam a rigidez das mecânicas de Metal Gear Solid. Sim, finalmente os amantes da acção pura e dura podem divertir-se com as peripécias de Solid Snake. Simplesmente abrir caminho à metralhada nem sempre é a via mais rápida (e fácil) para atingir os objectivos.

Mas um dos grandes trunfos de qualquer Metal Gear Solid é a sua imprevisibilidade e nisso MGS 4 é uma autêntica caixinha de surpresas. [illegible] à [illegible], passando por [illegible], este jogo deixa-nos pregados à cadeira do princípio ao fim. Demorámos cerca de 30 horas a terminá-lo no nível de dificuldade "Hard". E não nos arrependemos de um minuto que seja...

NA NET

Sites Relacionados:

- www.konami.jp/mgs4/uk/index.html
- www.konami.jp/mgs4/en
- www.konami.jp/mgo

Truques e Dicas:

- www.gamefaqs.com/console/ps3/home/926596.html

Desaparecido em combate

No sexto nível da Hype! falámos sobre o enredo e algumas novidades de MGS 4. Resumindo, Solid Snake parte rumo ao Médio Oriente em busca do seu arqui-inimigo Liquid Ocelot, munido de um fato (o Octo-Camo) que lhe permite camuflar-se quase instantaneamente no campo de batalha e um gadget ocular (o Solid Eye) com múltiplas funções, nomeadamente infravermelhos e a identificação da facção a que pertence cada soldado. Se a Konami nos permitisse, poderíamos também revelar que [illegible] truque valioso para iludir os inimigos numa situação de maior apuro.

Embora fisicamente debilitado pelos efeitos do FOXDIE (um vírus mortal que lhe foi injectado no primeiro episódio), Solid Snake está longe de estar com um pé para a cova. Kojima aprecia tanto o Cinema que não resistimos a traçar aqui um paralelismo. Se no grande ecrã Indiana Jones está a provar que "velhos são os trapos", este Old Snake revela-se uma autêntica máquina de guerra capaz de dizimar batalhões inteiros quer pela via furtiva (leia-se estrangulamento ou uma facada nas costas), quer recorrendo a um arsenal bélico que faz corar de inveja o material das nossas Forças Armadas.

Se o jogador tiver o dedo leve no gatilho, existe uma enigmática personagem que rapidamente se tornará na sua melhor amiga. Falamos de Drebin, um contrabandista que faz dinheiro no epicentro das guerras "lavando" armas e vendendo todo o tipo de acessórios militares. Miras, munições, bombas, granadas, lança-mísseis, basta dizer o que pretendemos (existem milhares de configurações possíveis para personalizar cada instrumento ao nosso gosto) e Drebin arranja os "brinquedos". A moeda de troca são as armas que recolhemos no campo de batalha. Ou seja, quanto mais sanguinário for o jogador, maior será a necessidade de marcar o número de Drebin no telemóvel. Genial.

O design mais elaborado dos cenários é outro trunfo deste MGS 4. Solid Snake dispõe, geralmente, de vários caminhos para avançar no terreno, tornando a aventura menos linear do que episódios anteriores. Não estamos na presença de um **Grand Theft Auto**, é certo, mas esta liberdade de movimentos, aliada às aptidões furtivas do herói e à sua

METAL GEAR ONLINE

Para além de uma memorável campanha a solo, MGS 4 inclui uma componente para múltiplos jogadores que se revela um pau de dois bicos.

Por um lado, existem os tradicionais modos de Deathmatch (a solo e em equipa), Capture e Base cuja natureza caótica assenta melhor num First Person Shooter do que num jogo onde a furtividade devia ser lei. O desbloqueio de novas habilidades com o passar do tempo e a cirúrgica personalização do armamento são trunfos interessantes mas não será este jogo que destronará ***Call Of Duty 4*** *do seu trono online.*

Já a Sneaking Mission é uma prova que faz jus ao espírito de Metal Gear Solid. Um jogador veste a pele de Solid Snake e os restantes dividem-se por duas equipas cuja meta é não só caçar o herói do jogo como "limpar o sarampo" aos elementos do esquadrão rival. É aqui que Metal Gear Online se revela uma experiência trepidante. Quem controla Snake tem uma experiência semelhante à campanha solitária com a grande (enorme!) diferença que é preciso mais astúcia para ludibriar os inimigos. Quanto aos jogadores das equipas, é fantástico trocar de campo e viver no fio da navalha, sempre com a sensação de que Solid Snake pode estar escondido ao virar da esquina.

9|10

METAL GEAR SOLID 4

UM FINAL EM GRANDE ESTILO PARA UMA FRANCHISE ÚNICA NO MUNDO DOS VIDEOJOGOS. JUSTIFICA DE CARAS A AQUISIÇÃO DE UMA PLAYSTATION 3.

SISTEMA: PLAYSTATION 3 *AUTOR:* KOJIMA PRODUCTIONS
EDITORA: KONAMI *DISTRIBUIDORA:* ECOFILMES

renovada destreza na utilização de armas de fogo, transforma MGS 4 numa espécie de filme interactivo onde cada jogador pode escolher, a seu bel-prazer, como vestir a pele de Solid Snake. A primeira missão no Médio Oriente está recheada de múltiplos trajectos paralelos mas o [illegible] é porventura o melhor exemplo deste velho sonho de Kojima que, finalmente, se tornou realidade.

And the Oscar goes to...

E claro, não seria possível falar de MGS 4 sem nos referirmos à atmosfera cinematográfica que faz deste jogo um dos melhores cartões-de-visita da PlayStation 3.
Kojima deve estar orgulhoso da sua equipa. Nunca como aqui as personagens demonstraram tanta expressividade nos seus gestos e olhares, tornando a experiência digna das elevadas expectativas que os jogadores têm das consolas de nova geração. A reforçar os notáveis efeitos visuais temos uma sonoplastia, gravada em Dolby Digital 5.1, que nos transporta para dentro da acção como os melhores blockbusters de Hollywood. O melhor elogio que podemos fazer a estas sequências é que, passado um mês, algumas delas ainda nos martelam incessantemente a cabeça. Por exemplo, o primeiro encontro com as perigosas vilãs do esquadrão The Beauty & The Beast. [illegible] uma cidade da Europa de Leste. O sorriso da doutora Naomi [illegible] O combate protagonizado por [illegible] E as cenas memoráveis vão-se sucedendo, umas atrás das outras, até à apoteose final.
Se MGS 4 não sai destas páginas com a nota máxima, isso deve-se ao facto de existir um ou outro detalhe que deixam manchas num espectáculo quase imaculado. A inteligência artificial é boa mas não é irrepreensível. A selecção de objectos no inventário pouco difere dos episódios anteriores, o que para muitos será uma decepção. Outra desilusão são os *bosses* do jogo. A história de quatro beldades transformadas em monstros devido aos horrores da guerra é uma ideia aceitável tendo em conta o historial de personagens inventadas por Hideo Kojima. No entanto, o autor recicla nestas personagens - Screaming Mantis, Raging Raven, Laughing Octopus e Crying Wolf – as habilidades de antigos vilões da série (mais concretamente do primeiro episódio) sem injectar aqueles *twists* que estávamos à espera em cada confronto. Para mal dos seus pecados, MGS 4 não tem um adversário tão memorável como Psycho Mantis ou uma personagem tão assustadora como The Sorrow, só para citar alguns exemplos. O que é pena.
É preciso jogar aos quatro capítulos da saga Metal Gear Solid para realmente se ter uma noção do que vai na cabeça de Hideo Kojima. Só ele consegue meter no mesmo saco conspirações militares, romances hollywoodescos, investigação genética, cabalas tipo "The Matrix", humor escatológico e um punhado de outros temas que, só por si, seriam uma peça central de qualquer outro jogo que se preze (ok, tudo menos o humor escatológico). Podem não acreditar mas Metal Gear Solid 4 consegue reunir isto tudo numa história credível. Lograr esta proeza ao mesmo tempo que nos oferece um dos jogos de acção mais empolgantes de que há memória é música para os ouvidos da Sony cuja consola bem precisa de exclusivos deste calibre. Por isto tudo e pela genial série que agora chega ao fim, obrigado Mr. Kojima. Ah, e falta ainda uma última dica: o Solid Snake [illegible]

The Beauty & The Beast
Serão pombas ou corvos?

Solid Snake
Um velho herói condenado a morrer?

As contas que o jogo fez

Metal Gear Solid – Conversa da treta x Acção a rodos = Metal Gear Solid 4

GANHEM JOGOS E DVDs MAKING-OF DE METAL GEAR SOLID 4

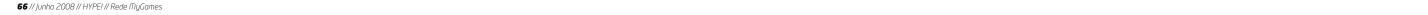
A Hype! e a rede MyGames têm o prazer de se associar à Ecofilmes num passatempo que visa descobrir os maiores fãs portugueses de Solid Snake.
Se querem ganhar cinco jogos e cinco DVDs com o Making-Of de MGS 4, provem-nos que ninguém sabe mais do que vocês sobre a história de Metal Gear Solid. Para participar basta enviarem-nos um e-mail para leitoreshype@mygames.pt com as respostas às seguintes questões:

1 – Quem são os The Philosophers?

2 – O que é o projecto Les Enfants Terribles?

3 – Qual é a percentagem de cinema que Hideo Kojima clama "ter" no seu corpo?

4 – O que significa a sigla "G.W." no universo Metal Gear?

Trailer no DVD

UEFA EURO 2008
A EUROPA AOS NOSSOS PÉS

O jogo oficial do Campeonato da Europa de futebol é um hino ao patriotismo. Mas será que baptizar uma prova de Batalha das Nações não é estar a pedir uma Terceira Guerra Mundial? **JORGE VIEIRA**

X360/PS3/PS2/PSP **6|10** PC **5|10**

UEFA EURO 2008

CAPTA BEM A ATMOSFERA FESTIVA DO EURO E A BATALHA DAS NAÇÕES É UMA IDEIA INTERESSANTE. O CONTROLO DOS FUTEBOLISTAS E A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL DEITAM TUDO A PERDER.

SISTEMA: PC/X360/PS3/PS2/PSP AUTOR: EA CANADA (X360/PS3) / HB STUDIOS (PC/PS2/PSP) EDITORA: ELECTRONIC ARTS DISTRIBUIDORA: EA PORTUGAL

TESTE

Desta vez é que é. Depois dos inglórios falhanços no Euro 2004 e no Campeonato do Mundo de 2006, os portugueses têm fé que Ronaldo, Quaresma e companhia vão finalmente trazer o caneco para casa. Mas enquanto as estrelas lusas espalham o perfume do seu futebol nos relvados suíços e austríacos, nós por cá vamos desancando em tudo o que é jogador de consola nas divertidas partidas online de UEFA Euro 2008. As versões PS3 e X360 apostam forte no espírito patriótico dos jogadores para animar uma competição – a Batalha das Nações – que coloca a Europa inteira a ganhar pontos para a sua bandeira. Seja numa simples partida contra a consola, em torneios online ou na fase final do Euro, basta ter a consola ligada aos servidores para ajudar o nosso país a triunfar nos relvados virtuais. Quanto melhor for a nossa prestação e mais desequilibrados forem os duelos (derrotar a Alemanha com as Ilhas Faroé não vale o mesmo do que trucidar Andorra com a armada gaulesa), mais pontos acumulamos para o *ranking* global. Só é pena que a Electronic Arts esteja disposta a encerrar a Batalha das Nações no próximo dia 30 de Junho.

O grande trunfo de UEFA Euro 2008 é a sua variedade de modos de jogo. Por exemplo, o Capitaneie O Seu País permite-nos calçar as chuteiras de um jogador específico do plantel, controlando-se apenas esse futebolista durante a partida. O objectivo é brilhar no relvado - marcando golos, fazendo assistências e ajudando a equipa a defender – até ser nomeado o capitão da selecção. Para espicaçar as coisas, até é possível convidar mais três amigos para ver quem tem perfil para liderar a equipa no balneário.

Um *quiz* na PSP ou uma digressão pela Europa com múltiplos desafios para superar (em PC, PS2 e na versão portátil) são exemplos do bom trabalho "táctico" da Electronic Arts. Contudo, existem falhas que retiram lustro à diversão, nomeadamente uma inteligência artificial que não sabe posicionar os futebolistas na defesa e um deficiente sistema de animação, com fintas demasiado lentas e um controlo quase "geométrico" dos movimentos dos atletas.

São as partidas online (no computador ou consolas de nova geração) e pormenores como as celebrações interactivas dos golos (é possível mandar calar os adeptos rivais e tudo!) que tornam UEFA Euro 2008 num título divertido para os adeptos do desporto-rei. Mas Portugal vai ter de suar muito mais a camisola do que a Electronic Arts para não voltar a morrer à beira da praia noutra fase final de uma prova internacional.

NA NET

Sites Relacionados:
http://pt.euro2008thegame.com

Truques e Dicas:
N.D.

Os principais trunfos de UEFA Euro 2008 são as partidas online e a grande variedade de modos de jogo.

As contas que o jogo fez

Festa do EURO

Rivalidade entre nações

I.A.

UEFA Euro 2008

DADOS PESSOAIS

■ Sim, desejo subscrever a Hype! pelo período de um ano (12 revistas e 12 DVD), no valor de 50 euros (poupando 10 euros).

■ Sim, desejo subscrever a Hype! pelo período de seis meses (6 revistas e 6 DVD), no valor de 25 euros (poupando 5 euros).

NOME

MORADA

LOCALIDADE

CÓDIGO POSTAL

B.I.

CONTRIBUINTE

TELEFONE

EMAIL

* Promoção válida até 30 de Junho de 2008, limitada ao stock existente.

FORMA DE PAGAMENTO

■ **AUTORIZAÇÃO DE DÉBITO EM CONTA** Exmos. Srs, por débito na conta abaixo indicada queiram proceder, até nova comunicação, aos pagamentos das importâncias referentes à revista Hype! apresentadas por VASP Premium, Lda. A subscrição renovar-se-á automaticamente até minha indicação em contrário.

TITULAR DA CONTA | BANCO

N.I.B. | BALCÃO

DATA | ASSINATURA

■ **DÉBITO NO CARTÃO DE CRÉDITO** ■ Mastercard ■ Visa (não se aceita Visa Electron)

N.º | C.V.V.* | VALIDADE

Se preferir, por razões de segurança, faça a assinatura através de cartão de crédito por telefone (214 337 036) ou preencha, fotocopie e envie por fax (214 326 009). *3 últimos dígitos, no verso, sobre a assinatura

■ **CHEQUE** Envie o cupão preenchido e o cheque (à ordem de Vasp Premium) no valor correspondente à assinatura dentro de um envelope fechado para: VASP PREMIUM, APARTADO 1172, 2739-511 AGUALVA CACÉM.

CHEQUE Nº | BANCO

HY01

Call Center: 214 337 036 • Fax: 214 326 009 • Correio: VASP PREMIUM, APARTADO 1172, 2739-511 AGUALVA CACÉM

Os dados recolhidos serão tratados informaticamente e destinam-se aos envios relacionados com a sua encomenda e respectivas operações administrativas e estatísticas. O assinante tem garantido o acesso aos seus dados e respectiva rectificação. Se pretender que os seus dados não sejam facultados a terceiros, assinale aqui ■

Steven Spielberg pretendia criar um jogo onde pudesse jogar com os seus filhos

8|10

BOOM BLOX

PUZZLES E ACÇÃO COMBINADOS NUMA DIVERSÃO PRIMITIVA QUE LEVA JOGADORES CASUAIS E *HARDCORE* A JUNTAREM-SE NUMA SÓ CONSOLA.

SISTEMA: WII AUTOR: EA LOS ANGELES
EDITORA: ELECTRONIC ARTS DISTRIBUIDORA: EA PORTUGAL

POP QUIZ

Steven Spielberg serviu de consultor durante a produção de uma série de videojogos. Qual foi?

- Medal Of Honor
- Battlefield
- Command & Conquer

Pode encontrar respostas a este questionário na secção Crash

TESTE

BOOM BLOX

A REVOLUÇÃO DOS PARALELEPÍPEDOS

Steven Spielberg afirma-se como criador de jogos e os puzzles ganham emotividade com isso. Não acreditam? **RUI GUERREIRO D'ÂNGELA**

As contas que o jogo fez

Jenga
+
Dominó
x
Paralelepípedos
=
Boom Blox

Coisa curiosa a dos miúdos: erigirem enormes construções para depois terem o prazer inexplicável de as destruir. Os adultos têm dificuldade em perceber esta brincadeira. Porquê levar tanto tempo a criar algo para depois o destruir? Boom Blox explica na perfeição este sentimento ao "obrigar" o adulto a jogar. E realmente ele sente-o, desde o primeiro momento em que se avança cenário após cenário no Tutorial até à 13ª vez em que se tenta resolver um puzzle. Steven Spielberg e a Electronic Arts combinaram esforços e montaram um jogo imersivo e desafiante para a Wii, algo que até agora só a Capcom, com **Zack & Wiki** (ver Hype nº6, pág. 72), o tinha conseguido fazer dentro deste género de títulos.
O segredo reside no Wii Remote e no motor de física do jogo. Aliás, o controlador da Wii é fundamental para o sucesso de Boom Blox. Todo o conceito de jogo, o de fazer tombar sucessivamente blocos, a desconstrução de uma torre e até mesmo a criação de desafios no editor de puzzles, foi concebido à sua volta e dificilmente poderá ser convertido para outra plataforma actual. A força com que se movimenta o comando no ar para fazer explodir a base de uma construção ou o cuidado com que se move as peças de uma torre para salvar personagens, tudo é reflectido no ambiente de jogo, tornando a experiência cada vez mais envolvente.
Em relação à Física, é surpreendente como é fiel ao real e como de cada vez que se tenta resolver um puzzle, tudo é diferente. Por exemplo, acontece muitas vezes no mesmo cenário as consequências serem distintas, tudo porque se empregou mais força no comando ou se bateu com a bola um pouco mais ao lado no bloco.

O Segredo

Mas será este o único segredo? A fórmula em si é aliciante. Imagine-se combinar os jogos Jenga e Dominó com uns animais poliédricos e fofinhos...
O primeiro cenário do modo Adventure leva o jogador ao ambiente medieval das ovelhas Baah. Ursos e doninhas atacam estas ruminantes e tentam roubar as pedras preciosas, que a tanto custo se ajudou a conquistar com o derrube de várias construções. Para as defender nada melhor do que umas bombas atiradas em pontos estratégicos.
Toda esta envolvente surgiu da mente de Spielberg que pretendeu dar ao jogo uma componente mais emotiva. Como disse o produtor de Boom Blox, Amir Rahimi, à Wired: «estávamos no caminho de criar um jogo genérico de puzzles e ele [Spielberg] deu-nos a ideia de incluirmos personagens com que o jogador pudesse interagir».
O mais curioso é que neste título nem a acção foi esquecida. Há uma demanda relacionada com o garimpeiro Boots Beaverton que leva o jogador a defender a personagem de um bando de macacos. Aí toda a magia do mundo dos puzzles passa a ser um verdadeiro tiro ao alvo, ao bom estilo dos jogos das máquinas de arcada como **Virtua Cop** e **House Of The Dead**.
Além destes pormenores existe um modo de múltiplos jogadores que permite jogar com até quatro amigos de forma cooperativa ou competitiva, partilhando o mesmo ecrã ou com a tela dividida. Claro que esta definição é subjectiva porque, assim como Zack & Wiki, este jogo irá juntar mais do que duas pessoas à volta da consola, no intuito de superar alguns dos mais mirabolantes puzzles que podemos desvendar na Wii.
Para culminar esta excentricidade temos um editor de puzzles que nos deixa explorar os níveis disponíveis, alterando toda a sua forma, e que nos permite criar cenários de raíz, com o material que vai sendo desbloqueado à medida que se joga.
Puzzle, jogo de acção, *party game*, todos estes géneros encaixam e bem nesta obra de Steven Spielberg e da Electronic Arts. Pegar nos animaizinhos com a mão, quando utilizamos esta ferramenta para extrair os blocos das construções, acertar-lhes com as bolas que são atiradas ou reparar como voam com a destruição provocada pelo jogador é um mimo que só alguém com um sentido de humor infantil poderia ter concebido...

NA NET

Sites Relacionados:
www.boomblox.ea.com

Truques e Dicas:
www.gamefaqs.com/console/wii/home/941974.html

TOP OF THE LIST, KING OF THE HILL, A NUMBER ONE!

É uma cidade repleta de oportunidades onde a aventura espreita a cada esquina, assim como a violência. Não há segredos, tudo o que está à vista é alcançável, sem interrupções e em alta definição. Chama-se Liberty City e é a verdadeira estrela do novo Grand Theft Auto.

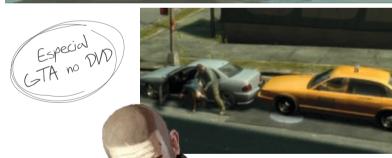
FREDERICO TEIXEIRA

É um dos maiores ícones dos Estados Unidos e foi criado à imagem da deusa romana, Libertas, uma personificação da liberdade. Esta estátua foi oferecida pelos franceses no final do século XIX e, para largos milhões de emigrantes que chegaram de barco, a sua tocha banhada em folha de ouro foi a primeira imagem que tiveram de uma nova vida e esperança. A tocha da Estátua da Liberdade simboliza esclarecimento e sabedoria. Talvez por isso esta réplica virtual tenha uma pequena diferença em relação ao original: a sua mão direita segura... um copo de café. É com a imagem de um copo de café que começa mais uma aventura Grand Theft Auto (GTA), e é junto ao monumento que o enredo principal tem um desfecho. E logo ali, nos primeiros segundos de jogo, está estabelecido o tom para mais uma homenagem satírica da Rockstar, desta feita à vida em Nova Iorque, ao sonho americano, ao consumismo e à própria Rockstar, que já teve grandes problemas com café..quente.
Para quem não leu o artigo da edição passada sobre a Rockstar (que recomendamos), existem dois britânicos que são a alma da empresa – um responde pelo nome Sam e é produtor, o outro por Dan e é director criativo, ambos partilham o nome de família Houser. Esta dupla de irmãos (e as suas equipas) tem a capacidade de transpor para um jogo uma das coisas mais difíceis de materializar nesta indústria onde a maioria são artifices: estilos, culturas, referências e tendências. Vimo-lo com o espírito gangsta de San Andreas mas foi sobretudo em Vice City que os irmãos Houser criaram uma das grandes referências da cultura popular moderna, e uma peça chave para a onda de revivalismo pelos anos 80 – como de resto também é reconhecido pela revista de entretenimento Variety, entre muitas outras. Pois bem, a proeza repete-se – a de Vice City, não a de San Andreas – e GTA 4 conta-nos a história violenta de um imigrante sérvio, dá um valente pontapé nos rins dos mais puritanos e, para quem quiser ver um pouco para lá das bastonadas e carjacking, desconstrói uma cultura, enxovalha-a e, ao mesmo tempo, enaltece-a.

Leste negra

Carros descapotáveis, mansões luxuosas, mamas grandes e rios de dinheiro para torrar: foi com esta descrição que o sérvio Roman Bellic atraiu o seu primo, Niko Bellic, para os Estados Unidos. Niko é um tipo calado, um velho lobo da guerra da Bósnia. Ele chegou aos «US of A» num cargueiro decadente, tal como a maioria dos emigrantes europeus dois séculos antes. Assim que chega a terra, o sérvio vasculha a doca com um olhar, à procura do seu primo. Nada. Segundos depois, um calhambeque preto encosta junto aos seus pés. É Roman. Ainda com um forte sotaque de Leste, Niko manifesta a sua primeira desilusão. «Onde está o carro desportivo?».

Para quem quiser ver um pouco para lá das bastonadas e carjacking, GTA 4 desconstrói uma cultura, enxovalha-a e, ao mesmo tempo, enaltece-a

Especial GTA no DVD

GTA 4 já foi reconhecido pela Guinness World Records como a peça de entretenimento que mais vendeu nas primeiras 24 horas. Os seus 3,6 milhões de unidades vendidas arrecadaram 310 milhões de dólares contra os 220 milhões do livro "Harry Potter e os Talismãs da Morte", os 170 milhões de Halo 3 e os 60 milhões do filme "Spider-Man 3".

NA NET

Sites Relacionados:
www.rockstargames.com/IV
http://socialclub.rockstargames.com
http://en.wikipedia.org/wiki/Grand_Theft_Auto_IV_soundtrack

Truques e Dicas:
X360 - www.gamefaqs.com/console/xbox360/home/933037.html
PS3 - www.gamefaqs.com/console/ps3/home/933036.html

A mansão de luxo é afinal um pardieiro cheio de baratas. As mulheres são posters na parede. E a fortuna são uns trocados que Niko ganha nuns biscates a serviço da modesta empresa de táxis do primo. O sonho americano caiu por terra. Atolado em dívidas de jogo, o desgraçado vai, quase sem dar por isso, entrando no mundo do crime, primeiro oferecendo transporte a marginais, depois estilhaçando montras e, avançando umas largas dezenas de horas, a executar exércitos das máfias russa e italiana.. Mas essa é a sina de Niko. Nunca conseguimos sentir que ele é uma má pessoa. Aliás, ele parece ser a pessoa mais normal numa cidade onde toda a gente tem um excesso de qualquer coisa no corpo ou mente. Não acreditam? Apresentovos Dimitri, um russo calculista que toma mais calmantes que o Dr. House. O seu parceiro no crime e irmão, Andrei, aprecia ver o mundo pelo fundo de uma garrafa de vodka e é a personificação de Al Pacino em "Scarface". Já o leal Little Jacob é um jamaicano que tem os neurónios entupidos de erva. Entre muitas outras personagens simplesmente deliciosas não podíamos deixar de destacar Brucie, um *bodybuilder* viciado em testosterona de tubarão-touro que está sempre a ostentar a sua masculinidade e a vontade de «devorar» mulheres em barda, apesar de ignorá-las sistematicamente para estar na companhia de Niko ou de uma máquina de abdominais.

Big rotten Apple

As imagens que ilustram esta análise mostram as semelhanças entre Liberty City e Nova Iorque, fruto de mais de dez mil fotografias recolhidas pela Rockstar nas ruas da Big Apple. Mas há um manancial de pormenores retratados em GTA 4 que só podem ser reconhecidos ao andar pela cidade e ouvindo os taxistas, os polícias, as estações de rádio. Os táxis que não param quando o jogador chama por eles são um exemplo, ou a constante injecção de néon intermitente numa passeata nocturna pela Times Square. O excesso de zelo contra o terrorismo, a frieza das multidões de Manhattan (que no jogo se chama Algonquin), a moral e bons costumes hipócritas, o spam on e offline (sim, o jogo tem a sua versão da

PONTOS DE INTERESSE

Estátua da Felicidade

Ilha da felicidade, ao largo de Algonquin
Uma dádiva dos franceses no final do século XIX, uma marca lendária que evoca uma mistura amarga e doce de patriotismo e xenofobia.

Star Junction

Burlesque e Kunzite Street, Algonquin

Onde as brilhantes luzes do capitalismo reluzem 24 horas por dia. Um lugar óptimo para quem gosta de publicidade.

Estabelecimento correccional de Alderney State

Granadier Street, Acter Industrial Park, Alderney
Onde homens que "nunca o fizeram" descobrem que poderiam fazê-lo quando privados de contacto feminino.

União Nacional Das Artes Contemporâneas (UNAC)

Dukes Boulevard na Bunker Hill Avenue, East Island City, Dukes
Visitem a UNAC e encontrem o vosso lugar no meio dos artistas.

The Screamer

Funland, Hove Beach, Broker
Que pena não poderem andar no The Screamer... o que poderia ser mais divertido do que andar numa montanha-russa com 100 anos, toda feita em madeira?

CLUBES E TEATROS

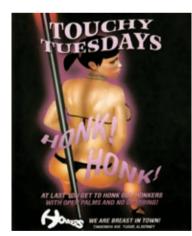
Perestroika

Tulsa Street, Hove Beach, Broker
Regressem ao tempo em que serrar uma mulher ao meio ainda era considerado entretenimento neste popularíssimo cabaré russo.

Memory Lanes

Firefly Island, Broker
O exercício físico não implica suar muito e é por isso que os americanos adoram o bowling. Avancem para aquela manhosa divisão 6-9, seguros na convicção de que estão a praticar um desporto.

Honkers

Tinderbox Avenue, Tudor, Alderney
Fazer um engate e ter sexo no Metro pode ser gratuito mas não há melhor forma de relaxar no final de um dia duro do que com uma lap dance.

Split Sides

Frankfort Avenue, Star Junction, Algonquin
Não é só o punhado habitual de maníaco-depressivos de meia-idade com as suas piadas racistas; este famoso clube de comédia também apresenta algumas celebridades de nomes sonantes como convidados.

As contas que o jogo fez

Vice City
+
20 anos
x
"Eastern Promises"
=
Grand Theft Auto 4

Internet), os metrossexuais com o discurso de quem quer ajudar os pobrezinhos do Terceiro Mundo, o narcisismo de uma sósia da Sarah Jessica Parker que julga ser a mente mais cosmopolita e "prá frentex" do mundo. Liberty City é inequivocamente Nova Iorque, em alta definição.

A primeira edição de GTA na actual geração de consolas aplica o novo fôlego tecnológico em inúmeras áreas: a par da evidente melhoria gráfica e dos reflexos bonitinhos, a condução de veículos é mais intensa graças a um novo motor físico, e as explosões, fumos (o do lança-rockets é soberbo) e efeitos luminosos estão mais espampanantes. Mas é no campo das animações e expressões, mais espontâneas do que nunca, que são dados os passos que mais ajudam a enriquecer a experiência. Cada actor virtual pode não ter o mesmo detalhe de uma personagem de **Mass Effect**, mas move-se com naturalidade e tem uma linguagem corporal rica e individual. Os textos repletos de *one-liners* memoráveis, e interpretados de forma notável por um elenco onde foram evitados os nomes sonantes de Hollywood, acabam por dar vida a um leque de figuras que garantidamente despertam emoções em quem segura o comando. Sam Houser tinha razão quando disse que há personagens neste jogo que vamos gostar e odiar muito a sério.

Nik o Bélico

Antes de regressarmos ao mundo do crime, permitam-me uma ressalva grandinha. Tal como acontecia nos anteriores títulos GTA, Liberty City é uma cidade grande, cheia de distracções que puxam o jogador para fora da trama principal – ainda que, na realidade, a cidade seja mais pequena do que em San Andreas e contenha consideravelmente menos actividades secundárias e opções de personalização. Cabe a cada um decidir se quer ou não deixar-se levar pelos espectáculos de comédia e minijogos de snooker, dardos, bowling... ou prosseguir com os arcos narrativos principais. Para isso basta que, quando o telemóvel de Niko toca, se pressione na tecla verde para aceitar a chamada e ir para a borga com os amigos, ou no botão vermelho para prosseguir com a criminalidade. Pessoalmente, e à semelhança do que o João Diniz Sanches escreve na sua "Crónica de Londres" (página 114), prefiro devorar as sequências de vídeo soberbas que a Rockstar preparou entre cada missão, conhecer novas personagens e realizar feitos criminosos extraordinários. Mas existe o potencial para embarcar numa vida de banalidades, encontros, convívios e respostas aos e-mails que a mãe de Niko envia para o seu correio electrónico, para todos os que apreciem uma versão hardcore de **Os Sims**. E o pormenor desta vertente vai ao ponto das namoradas de Niko tecerem comentários sobre a roupa que veste.

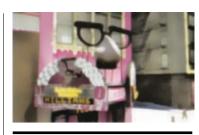
No que respeita ao enredo principal, a Rockstar manteve um modelo que funciona. Niko encontra-se com os contactos, recebe algumas missões, conquista confianças e são-lhe apresentados novos contactos, para cumprir mais missões. Parece aborrecido? Então esperem até terem de raptar a assanhada Gracie, filha de um grande mafioso. Ela bate-se, esperneia, joga as mãos ao volante várias vezes, insulta e leva o Sr. Bellic a ser uma coisa que raramente é durante a aventura: ordinário. «Vou arranhar-te os olhos até saltarem das órbitas!», ameaça Gracie, possessa. «Arranha-me antes a porra dos tomates, cabra!», riposta Niko antes de a deixar inconsciente com um sopapo.

Também podíamos recordar uma fuga dentro de um carro funerário onde é necessário ter cuidado para não perder o caixão, apesar da chuva de balas. Ou o momento em que um ex-camarada de armas de Niko que chegou à América e "saiu do armário", lhe pede protecção pois é atacado de cada vez que faz jogging no Central, perdão, Middle Park. É uma alucinante perseguição a pé e de Vespa, por entre carreiros, relvados e centenas de pessoas suadas.

O sonho americano caiu por terra. Atolado em dívidas de jogo, Niko vai, quase sem dar por isso, entrando no mundo do crime.

A Segunda Emenda

Corrigir os erros do passado foi uma das prioridades na agenda da Rockstar. Por exemplo, o tempo de viagem entre pontos de interesse é agora quase nulo, pois é possível chamar um táxi (coisa que não falta em Liberty City) e saltar o trajecto caso haja pressa ou a conversa do taxista não esteja agradável. O sistema de combate corpo a corpo, que no passado nunca foi grande espingarda, já funciona, tal como o novo método de aquisição de alvos – os mais masoquistas até podem abdicar da ajuda automática para apontar a arma. E finalmente surgiu um Grand Theft Auto onde

É possível comprar as músicas de GTA 4: basta marcar o número ZIT-555-0100 no telemóvel do jogo cada vez que ouvem uma música da qual gostem. Se estiverem registados no Rockstar Social Club (http://socialclub.rockstargames.com) recebem um e-mail da Amazon com o link para comprar a vossa playlist.

GASTRONOMIA

Al Dente's

Albany Avenue, Fishmarket South, Algonquin
Comida congelada, processada automaticamente em grandes armazéns, tal como a mamma nunca sonhou fazer.

Drusilla's

Calcium Street, Little Italy, Algonquin
As tradições de Itália continuam vivas neste estabelecimento; não contem anedotas sobre a Máfia.

Superstar Café

Bismarck Avenue, Lancaster, Algonquin
Uma fórmula vencedora no que toca a comida de bar, e restaurante que combina o amor dos britânicos pela má comida com o dos americanos por mercadorias temáticas.

69th Street Dinner

Bart Street, Hove Beach, Broker
A tarte aqui feita consegue aquecer o mais gélido dos corações. Experimentem a dose de preço normal enquanto se questionam acerca das razões de se localizar em Bart Street.

BARES

Steinway Beer Garden

Yorktown Avenue, Steinway, Dukes
Bebam uns copos e lancem uns dardos neste clássico local irlandês onde o jogo de setas está disponível para todos os que ainda consigam andar direitos.

Comrades Bar

Mohawk Avenue, Hove Beach, Broker
Não tentem encomendar caviar neste agressivo reduto russo em Hove Beach ou podem acabar com um sorriso permanente na cara.

Lucky Winkles

Galveston Avenue, Purgatory, Algonquin
Um bar clássico de Purgatory, marinado no sangue, suor e urina de trabalhadores bêbados há mais de um século. Uma "jóia escondida" e um "segredo de bairro" que está em todos os guias.

Homebrew Café

Tutelo Avenue, Beechwood City, Broker
Assumam que o bode é um bode e não perguntem de onde vem a cerveja neste bar jamaicano onde a proibição de fumar é levada tão a sério como a polícia local.

não são as comunidades que têm de produzir a componente online, tal como aconteceu em **GTA 3**, Vice City e San Andreas.

Temos de ser francos: a experiência online a 16 jogadores entretém mas não é bombástica. Existe uma panóplia de modos de jogo, uns de corrida automóvel, outros que envolvem disparar armas e outros ainda que abraçam ambas as actividades em simultâneo. Contudo, salvo um ou outro modo, como o Turf War – no qual duas equipas batalham pelo controlo de zonas – dificilmente GTA vai conseguir segurar os jogadores online como um **Gears Of War** ou **Halo 3**. Mesmo assim, temos de reconhecer que os combates até à morte com oito equipas (dois elementos cada) arrastam-se pelas ruas de Liberty City de uma forma empolgante, com carros, explosões e muitos berros de indivíduos que certamente não têm os requisitos mínimos para jogar ao título: 18 anos.

As perspectivas para quem tem a sua consola ligada à Internet são sorridentes, uma vez que o que está incluído na caixa do jogo é apenas o princípio da experiência GTA. Sam Houser já reconheceu que, havendo público suficiente, a Rockstar vai dedicar uma equipa a tempo inteiro à produção de novo conteúdo para o jogo – e já existe um acordo de longo prazo com a Microsoft para criar dois episódios em exclusivo para a Xbox 360, bem como a intenção de apoiar plenamente a iniciativa Home da Sony. Sorte das sortes, o jogo bateu todos os recordes e já vendeu seis milhões de unidades só na primeira semana, pelo que o problema de existir uma audiência para este conteúdo não se deve colocar.

É fazer as contas

Imaginem que um só jogo apresenta a coolness de "Scarface" e o charme de "The Godfather", adaptados à realidade proposta por David Cronenberg em "Eastern Promises" – três dos filmes citados pelos irmãos Houser como referência para criar GTA 4. E imaginem que este cocktail explosivo é servido num copo de sarcasmo e "product placement", bem acompanhado por 18 playlists com um travo distinto. Aí têm GTA 4.

Como diriam os Gato Fedorento: «Ah e tal, mas não tem dilemas morais». Tem sim senhor, o jogo também apresenta algumas escolhas difíceis e consequentes. Tal como tem um sistema de cobertura tão eficaz como o de Gears Of War. Mas muitos dos conceitos e mecânicas que servem de pretexto para criar jogos inteiros são *peanuts* neste mastodonte que se chama Liberty City.

GTA 4 é entretenimento do bom, cheio de verborreia, maioritariamente para uma audiência masculina e com uma abordagem muito pouco casual. É curioso como algo tão contracorrente esmaga recordes e leva a Sony e a Microsoft a investir milhões em publicidade e em pacotes de consola **+** jogo com um título que, afinal, não é deles. Não os condenamos: este é um daqueles diamantes muito bem polidos pelo qual vale a pena comprar uma consola.

DESCUBRA AS DIFERENÇAS

10|10

GRAND THEFT AUTO 4

EXPERIÊNCIA GRAND THEFT AUTO AO MELHOR ESTILO DE VICE CITY, EM ALTA DEFINIÇÃO, COM COMPONENTE ONLINE E BOAS PERSPECTIVAS DE CONTEÚDO ADICIONAL. SIMPLESMENTE DIVINAL!

SISTEMA: X360/PS3 *AUTOR:* ROCKSTAR NORTH *EDITORA:* TAKE 2 *DISTRIBUIDORA:* INFOCAPITAL

CLASSIFICADOS

Crapea

Da Escandinávia para o mundo
Mobília genérica e barata que é entregue ao consumidor em peças que nunca irão formar o objecto pretendido.

www.whattheydonotwantyoutoknow.com
«Só sou paranóico porque eles querem-me morto!»
Jerry Fletcher

Heli Tours

Flatfish Place, Castle Gardens, Algonquin
Venham conhecer Liberty City. Vejam o pátio da Prisão de Alderney ou os correios de droga no Port Tudor nesta fantástica viagem de helicóptero.

Love Meet

www.lovemeet.net
O site onde solteirões de meia-idade perseguem jovens de tenra idade que procuram fortunas de terceira idade.

468-555-0100
LIGUE JÁ PARA MUDAR O SEU DIA

Lembre-se:
468-555-0100

Middle Park Jogging Club

Middle Park, Algonquin
Junte-se ao maior clube de jogging de Liberty City. Vamos correr com os drogados e ladrões no pulmão da cidade.

GADGETS

Telemóvel

Seja para trocar SMSs com os amigos, chamar um táxi, tirar fotografias comprometedoras ou ouvir rádio enquanto andam a pé, o telemóvel é uma peça fundamental para qualquer criminoso de Liberty City. Juntem-se aos RoubôCops, um grupo de marginais que liga para o 911 para roubar o carro de patrulha.

Navegador por GPS

Pedir direcções é embaraçoso até porque os habitantes de Liberty City não gostam de ser abordados por estranhos. O GPS ajuda à orientação na cidade e nos carros de topo até vem com instruções de voz – se bem que a 250 Km/h seja difícil obedecer à instrução «A 100 metros vire à direita».

Computador Portátil

Nunca foi tão fácil trocar e-mails com a mãe, marcar engates pela Internet, descarregar toques e wallpapers para o telemóvel ou descobrir um mundo de estimulantes sexuais e fórmulas revolucionárias para aumentar o órgão genital.

98.7 – LIBERTY ROCK RADIO

O DJ Iggy Pop faz-vos chegar a melhor playlist da cidade:
The Smashing Pumpkins, The Sisters Of Mercy, Stevie Nicks, David Bowie, Black Sabbath, The Stooges, Thin Lizzy, Genesis, Queen, The Black Crowes, The Who, Elton John, Heart, ZZ Top... e muitos mais. Só em 98.7.

TESTE

MARIO KART WII

VELOCIDADE FURIOSA

Para quê a Física e o fotorrealismo se podemos pura e simplesmente rir? **RUI GUERREIRO D'ÂNGELA**

Mario vai na frente. Faltam poucos metros para cortar a meta. A distância entre o primeiro e o segundo é considerável. Mas, de repente, uma bomba explode, passa uma bala e o kart patina numa banana. Acaba em quarto... Yoshi vai em décimo lugar à entrada da última volta. Todos os outros concorrentes parecem estar distantes. Mas o bravo dinossauro não desiste. Aproveita as plataformas de aceleração e a sorte dos *power ups*. Corta a meta em terceiro! Estes dois cenários demonstram na perfeição a imprevisibilidade de Mario Kart. Cheio de "prendinhas", de ratoeiras e de atalhos, esta sétima edição da série deslumbra o jogador pela sua simplicidade e diversidade de pistas.

A singeleza da jogabilidade resulta graças a um volante desenhado pela equipa de produção do jogo que, depois de 30 protótipos e de consequentes testes, conseguiu escolher finalmente um. Aquele que vem empacotado com o jogo. Leve e com um botão que ajuda a carregar melhor na tecla 'B' do Wii Remote, este modelo facilmente seduz o jogador. A maneira como se pega no volante e como a interface física se adequa às opções de Mario Kart estão perfeitamente interligadas. Se escolhermos o *drift* automático, temos um jogo quase perfeito de corridas.

Os que gostam de aproveitar as derrapagens para ganhar uma aceleração adicional também o podem fazer mas o controlo não se torna tão fácil como quando se joga com o Wii Remote conjugado com o Nunchuk. Esta talvez seja a melhor opção para o jogador mais exigente. O comando clássico ou o normal da Wii na posição horizontal também servem mas reduz bastante o prazer da experiência, comparado com as duas primeiras opções. Quem ainda tiver um comando GameCube também o pode ligar à Wii e jogar. No fundo, pouco interessa o comando que o jogador seleccionar, o que importa é adequar-se ao seu estilo de jogo e divertir.

Felizmente, Mario Kart não é parco nesta última opção, muito graças às pistas disponíveis. 16 são uma homenagem às versões anteriores da série e outras 16 foram desenhadas especificamente para esta versão. Loucas, difíceis, divertidas, tradicionais, há para todos os gostos e feitios. E é algo que se pode comprovar ao jogar-se online. A diversidade de pistas escolhidas pelos outros onze jogadores é bastante diversa. Mas o melhor é combinar-se com um amigo e seleccionar a mesma pista para se jogar naquela onde o jogador se sente mais à vontade.

Online podemos optar entre jogar com um grupo de amigos, pessoas do nosso continente ou de todo o mundo. Aqui, as corridas são bastante mais competitivas e colocam a nú o tempo de treino de cada piloto, principalmente no modo Versus. Na outra opção de múltiplos jogadores - a Battle - o piloto integra uma equipa e tem como objectivo arrecadar moedas ou rebentar balões dos jogadores adversários. Porém, não existe um modo Campeonato, algo que diminui o valor do jogo comparado com outros títulos de corridas.

Uma novidade é o Mario Kart Channel, uma opção que se pode instalar no menu principal da Wii e que garante o acesso aos *rankings* locais e internacionais e carregar ou descarregar informação de *ghosts* dos Time Trials. Refira-se ainda que o jogador quando consulta as classificações só vê os Miis dos jogadores que estão no seu nível, algo que recompensa mais os novatos nestas andanças.

Porém, apesar do modo online ser o mais interessante e divertido de todos, é o que nos leva a sentir mais a falta de uma funcionalidade: o *chat*. Seria interessante comunicar com os outros concorrentes, nem que fosse através de ícones ou mensagens genéricas.

Mario Kart Wii poderá parecer igual a outros capítulos da série, mesmo com a introdução de um novo veículo - as motas - e de novas pistas. No entanto, é uma fórmula vencedora que continua a funcionar mesmo após 16 anos de existência. Quem pegar num Mario Kart pela primeira vez vai achar esta versão fascinante. Os veteranos vão deixar-se seduzir por um jogo equilibrado, viciante e divertido.

8|10

MARIO KART WII

RÁPIDO, DIVERTIDO E VICIANTE SÃO OS TRÊS ADJECTIVOS QUE RESUMEM A EXPERIÊNCIA DESTE JOGO.

SISTEMA: WII AUTOR: NINTENDO EAD EDITORA: NINTENDO DISTRIBUIDORA: CONCENTRA

A maneira como se pega no volante e como a interface física se adequa às opções de Mario Kart estão perfeitamente interligadas. Se escolhermos o drift automático, temos um jogo quase perfeito de corridas.

Trailer no DVD

NA NET

Sites Relacionados:
www.mariokart.com

Truques e Dicas:
www.gamefaqs.com/console/wii/data/942008.html

> A ideia de colocar Mario como personagem principal no primeiro jogo da série só surgiu ao fim de quatro meses de produção. Curiosamente, o boneco do protótipo usava umas jardineiras...

As contas que o jogo fez

Super Mario Kart
+
Wii Wheel
x
Online
=
Mario Kart Wii

OS SIMS 2: TEMPOS LIVRES
O QUE OS SIMS QUEREM

Tempos Livres: algo que os mais fanáticos de entre os adeptos de Os Sims devem ter pouco ou muito, conforme a interpretação. Cozinha, dança, desporto e literatura são alguns dos 10 passatempos oferecidos por este pacote de expansão. Os passatempos funcionam como uma nova barra de necessidades para gerir. Mas, com engenho, cada passatempo pode funcionar como uma vantagem no emprego ou como uma fonte de receita. Para além de que ajudam a satisfazer a nova barra de Lifetime Aspiration, que mede o contentamento geral da vida do Sim: à medida que o jogador vai progredindo nesta característica, ganha novas habilidades que podem ajudar a melhorar outras competências. Por exemplo, fazer com que todas as outras necessidades decresçam mais lentamente. Cada passatempo desbloqueia benefícios e actividades próprios que envolvem criação e personalização. Por exemplo, um Sim fascinado por literatura pode escolher a capa do livro que vai ler, enquanto um Sim interessado por música e dança desbloqueia uma banda sonora com artistas como Natasha Bedingfield e They Might Be Giants. A mestria destes novos interesses abrem-lhe cinco novas possibilidades de carreira: Dança, Entretenimento, Inteligência, Oceanografia e Arquitectura. É até possível encontrar outros Sims que partilham dos mesmos interesses, no melhor espírito de clube geek da coisa. É uma expansão para Sims reformados ou enriquecidos, que provavelmente ajudará a cumprir o sonho frustrado daquele jogador contabilista que, na realidade, é um alpinista frustrado. Agora a sério: há muito mais por descobrir nesta expansão e vale bem a pena. **N.C.**

7|10

OS SIMS 2: TEMPOS LIVRES
SISTEMA: PC
AUTOR: MAXIS
EDITORA: ELECTRONIC ARTS
DISTRIBUIDORA: EA PORTUGAL

Pro Evolution Soccer 2008

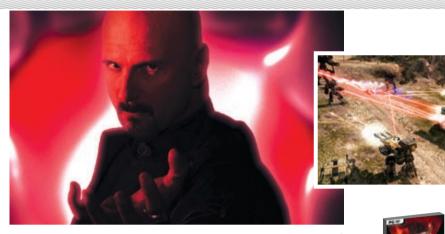
SISTEMA: WII AUTOR: KONAMI
EDITORA: KONAMI
DISTRIBUIDORA: CONCENTRA

7|10

Quando um jogo arranca com um vídeo a explicar-nos as regras básicas do sistema de controlo, o desastre parece iminente. Já sabíamos que a versão Wii de PES 2008 pretendia revolucionar os jogos de futebol mas não estávamos à espera que a Konami se saísse tão bem da contenda.
Imaginem um cruzamento entre uma partida de futebol e um jogo de estratégia em tempo real. Com o Wii Remote seleccionamos os atletas, apontamos para onde queremos passar o esférico e desenhamos desmarcações no terreno. Agitando o Nunchuk desferimos remates ou realizamos carrinhos quando toca a hora de defender a baliza. No papel a ideia soa bizarra mas, na prática, isto é o maior passo em frente dado por um simulador de futebol nos últimos anos. A inteligência artificial não é famosa (os defesas têm paragens cerebrais de se bradar aos céus!) e os modos de jogo são escassos mas existem alguns detalhes interessantes como as partidas online e a possibilidade de disputar um desafio com equipas constituídas pelos Miis gravados na consola. Um bom jogo a pedir sequela mais refinada. **J.V.**

COMMAND & CONQUER 3: KANE'S WRATH
NINGUÉM LIXA O KANE

Com mais acção do que estratégia, e mais comédia do que dramas de guerra, esta expansão para Command & Conquer 3 precipita-se sem cerimónias em direcção aos fãs dos primeiros jogos da série. Nela, o jogador vive a ascensão e queda do ditador fanático religioso Kane, e a sua luta contra os betinhos porreirinhos da GDI, e os alienígenas esquisitos Scri. Como se não fosse suficiente as fileiras de todas estas facções serem reforçadas com novas unidades – incluindo máquinas gigantes ao melhor estilo de Supreme Commander – agora cada equipa é apoiada por "clubes satélite", também eles com tropas personalizadas. Num registo completamente diferente, o modo Global Conquest é jogado num "mapa-mundo" onde ganha quem conseguir exterminar as outras facções ou concluir objectivos específicos. Infelizmente, falta-lhe profundidade táctica. Com missões curtas e intensas, deliciosamente embrulhadas na estética caracteristicamente *campy* da série, a fúria de Kane é avassaladora: vai deslumbrar os ases do rato e fazer chorar os estrategas. **G.B.**

8|10

COMMAND & CONQUER 3: KANE'S WRATH
SISTEMA: PC
AUTOR: EA LOS ANGELES
EDITORA: ELECTRONIC ARTS
DISTRIBUIDORA: EA PORTUGAL

Iron Man

SISTEMA: X360/PS2/PSP AUTOR: SECRET LEVEL/A2M
EDITORA: SEGA DISTRIBUIDORA: ECOFILMES

X360 5|10
PS2/PSP 4|10

Iron Man segue à risca a muito usada fórmula utilizada para adaptar *blockbusters* de cinema ao mundo dos videojogos, que consiste em colocar o jogador a percorrer eventos paralelos aos da película sem lhe explicar patavina do que se está a passar. Felizmente não se precisa de uma narrativa cuidada quando se pode voar a bordo de um fato de ferro carregado de armas de fogo. Na X360, a jogabilidade de Iron Man consegue ser divertida o suficiente para fazer esquecer os maus elementos. Mas apenas temporariamente, pois todas as missões consistem em exterminar, sempre da mesma forma, hordas infindáveis de tanques, helicópteros, armas estacionárias e infantaria, seguidas sempre de um *boss*. Nada muda, apenas os cenários. Piores estão as versões PlayStation 2 e PSP, cujos sistemas de controlo medianos e cenários pobres tornam Iron Man num tipo muito pouco interessante. **G.B.**

7|10

ATV Offroad Fury 4

SISTEMA: PLAYSTATION 2 AUTOR: CLIMAX EDITORA: SONY COMPUTER ENTERTAINMENT DISTRIBUIDORA: SONY CE PORTUGAL

ATV Offroad Fury 4 é um "osso duro de roer". A inteligência artificial e o desequilíbrio nas corridas de moto-quatro elevam bastante a curva de aprendizagem do jogador. É muito frequente estar-se numa corrida em primeiro, embater numa rocha e, de repente, está-se em oitavo e sem hipóteses de alcançar os lugares cimeiros. Este facto pode afastar o jogador mais casual mas o fã do género será muito bem servido. Definitivamente, esta é a melhor versão da série, tanto a nível visual como de conteúdo. Os gráficos estão mais polidos e aproveitam ao máximo as capacidades da PlayStation 2. A nível de conteúdo é tão cheio de opções que qualquer jogador encontrará uma prova e uma viatura à sua medida. Apesar de este título ser uma pérola, tem um ponto negativo a salientar e que influencia a nota final: a versão europeia não tem online. Uma falta enorme e injusta que iria potenciar a experiência dos jogadores europeus. **R.G.A.**

6|10

Time Crisis 4

SISTEMA: PLAYSTATION 3 AUTOR: NEX ENTERTAINMENT
EDITORA: NAMCO BANDAI DISTRIBUIDORA: SONY CE PORTUGAL

Quem não se recorda de entrar num salão de jogos cheio de máquinas de arcada onde existia fila para jogar Time Crisis? O que vale é que se fizeram versões PlayStation.
Em 2006, a Namco voltou a privilegiar os salões de jogos, ao lançar o quarto título da série. Dois anos depois, chega a conversão para a mais recente consola da Sony e uma nova pistola G-Con, desta vez artilhada com dois sticks analógicos. Esta pistola, que vem com o jogo e que, infelizmente, não pode ser utilizada pelos canhotos, é fulcral para o modo de história. A inclusão de níveis ao estilo dos FPSs exigem do jogador uma nova aprendizagem. A princípio até se pode sentir alguma desmotivação, mas a partir do momento em que encaixamos neste novo estilo, o jogo torna-se mais intuitivo. A história é revelada a dois tempos: momentos de acção contida, onde é necessária uma aproximação mais estratégica, são sucedidos por minutos desenfreados de acção pura de arcada. Um mimo para os destros. **R.G.A.**

3|10

Universe At War

SISTEMA: XBOX 360 AUTOR: PETROGLYPH EDITORA: SEGA
DISTRIBUIDORA: ECOFILMES

Universe At War viajou finalmente do PC para a Xbox 360. Pelo caminho ganhou um sistema de controlo muito bem adaptado ao gamepad da consola da Microsoft, mas perdeu algumas qualidades. Para além de ter um aspecto datado e de apenas visualizar os acontecimentos a partir de um ângulo demasiado fechado, este jogo de estratégia em tempo real esconde um problema grave: quando se juntam demasiadas unidades, a acção fica incrivelmente lenta, obrigando a travar batalhas em câmara lenta – muiiiittooooo lentaaaaa. Escusado será dizer que, independentemente das qualidades que Universe At War possa ter, este "pequeno" problema torna-o praticamente imprestável. Nem o modo que reúne jogadores da versão PC com os da Xbox 360 em campanhas persistentes online salva a honra do convento, pois a tal languidez coloca em desvantagem os utilizadores da consola. A Sega deixa passar uma excelente oportunidade de capitalizar sobre a escassez de RTSs para a Xbox 360. **G.B.**

BAIXO PREÇO

€15

TOMB RAIDER: LEGEND

SISTEMA: PC/PS2/PSP **DISTRIBUIDORA:** ECOFILMES
PREÇO: 15 EUROS (PC) / 20 EUROS (PS2/PSP)

Este título rompeu a ligação de seis jogos entre a Lara e a produtora Core Design. Mas nem por isso a heroína da série Tomb Raider se ressentiu e demonstra toda a sua forma nestas três versões que agora estão com preço reduzido.

€20

CAESAR 4

SISTEMA: PC **DISTRIBUIDORA:** INFOCAPITAL
PREÇO: 20 EUROS

Caesar 4 é um simulador de gestão de cidades onde o jogador poderá demonstrar os seus dotes em três épocas distintas da História de Roma: a do Reino, a da República e a do Império. Três cenários recheados de objectivos civis e militares para serem cumpridos com engenho.

€20

EA PLAYGROUND

SISTEMA: DS **DISTRIBUIDORA:** EA PORTUGAL
PREÇO: 20 EUROS

Atirar bolinhas de cuspo, chutar a uma baliza ou jogar ao "mata": estes e mais alguns jogos estão disponíveis neste recreio portátil que leva o jogador a recordar alguns momentos de infância. O melhor é que se pode partilhar tudo com um amigo.

€20

GODZILLA UNLEASHED

SISTEMA: WII/PS2 **DISTRIBUIDORA:** ATARI IBÉRICA
PREÇO: 30 EUROS (WII) / 20 EUROS (PS2)

Godzilla é sinónimo de destruição e de combates titânicos. Unleashed não é excepção. A quantidade de monstros e de *mechs* disponíveis para esta ode à violência é suficiente para animar os jogadores, tanto em modo solitário como para múltiplos jogadores.

€20

300: MARCH TO GLORY

SISTEMA: PSP **DISTRIBUIDORA:** ECOFILMES
PREÇO: 20 EUROS

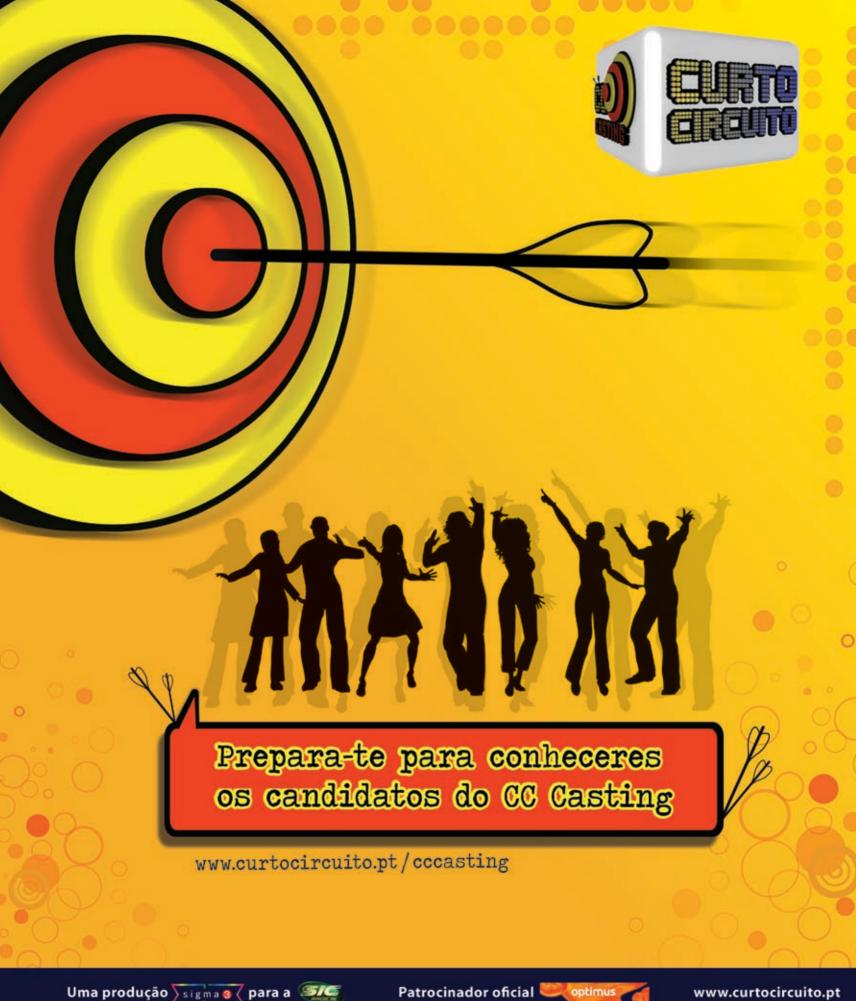
Para os fãs da banda desenhada "300", de Frank Miller, e que já viram mais do que uma vez o filme, esta é uma boa oportunidade de entrar na acção representada nas duas obras. O jogador controla a personagem do rei Leónidas e pode batalhar em vários momentos retirados do filme e da B.D., neste jogo de pura acção.

€30

TEST DRIVE UNLIMITED

SISTEMA: XBOX 360 **DISTRIBUIDORA:** ATARI IBÉRICA
PREÇO: 30 EUROS

Test Drive é uma das mais antigas séries de jogos de corrida automóvel. Graças a esta redução de preço, o jogador pode experimentar de forma mais económica a sua capacidade de correr em estrada ou em terrenos de rali, numa réplica da ilha de Oahu, no Havai.

CURTO CIRCUITO
Prepara-te para conheceres os candidatos do CC Casting
www.curtocircuito.pt / cccasting
Uma produção sigma 3 para a SIC Radical
Patrocinador oficial optimus
www.curtocircuito.pt

SORO DA VERDADE

jorge vieira

(E)motion sickness

Aviso à navegação: se nunca jogaram a **Silent Hill 2** e pretendem vir ainda um dia a experimentar o jogo, saltem o próximo parágrafo.
A mulher de James Sutherland, Mary, morre de uma doença desconhecida, deixando o seu marido destroçado. Passados três anos, James recebe uma carta da sua falecida mulher onde esta clama que está viva e lhe pede para regressar ao local romântico que ambos visitaram numa viagem de férias à cidade de Silent Hill. James aparenta ser o típico herói acidental com bom coração. Mas perto do final do jogo, os autores de Silent Hill 2 confrontam o jogador com um *twist* macabro: Mary não morreu de uma inexplicável doença, ela foi assassinada pelo marido. Durante semanas a fio de cama, abalada por uma depressão e momentos de esquizofrenia, Mary transforma a vida de James num inferno, acusando-o de tudo e mais alguma coisa, inclusive do seu estado moribundo. Um dia, James não aguenta mais, entra no quarto, aproxima-se da sua mulher para lhe dar um beijo na testa... e sufoca-a com uma almofada. A cena é um dos maiores murros no estômago da história dos videojogos! Tal como o herói não quer acreditar no que se passou (a viagem até Silent Hill não é mais do que um recalcar do sentimento de culpa pelo homicídio da esposa), também ao jogador custa-lhe a crer que aquele protagonista com quem simpatizou durante o jogo não passa de um homicida com sérios problemas psicológicos.
Esta capacidade para brincar com as emoções do jogador não está ao alcance de qualquer designer. Enquanto a maioria dos criadores de jogos ainda vive na ilusão de que melhores gráficos são o Santo Graal para criar filmes interactivos, outros há, poucos, que procuram explorar a psique humana no que ela tem de mais retorcido e obscuro.
A saga **Metal Gear Solid**, por coincidência ou não também ela nascida no mesmo berço de Silent Hill 2 (a Konami), é um exemplo perfeito deste jogo do gato e do rato em que nunca se pode dar por adquirido aquilo que se vê no ecrã. Depois de terminar o último capítulo do jogo numa maratona de quatro dias fechado num hotel em Paris, dei por mim a revisitar as cenas mais marcantes da série. E o que ficou gravado na memória são aqueles momentos em que não vimos o "comboio" a avançar a trezentos à hora na nossa direcção. As traições, os vilões que nos ordenavam a colocar o *gamepad* no solo, os amores impossíveis, os dilemas morais.
Muitos apontam o dedo ao autor de Metal Gear Solid, Hideo Kojima, acusando-o de ser um "realizador falhado" por dar tanto espaço aos interlúdios animados e aos diálogos na sua obra. Os jogos servem para nos divertirmos e não para nos fazer reflectir sobre a vida, dizem. Contudo, várias semanas depois de acabar Metal Gear Solid 4, lembro-me vagamente das sequências de acção mas tenho presente na memória todas as reviravoltas de um enredo que pisa os terrenos da política, filosofia e religião com pantufas de lã.
Os Velhos do Restelo continuarão deitados na sua "cama", moribundos, a acusar Kojima de atentar contra a regra mais elementar de um videojogo: a interactividade. Mas agora que Metal Gear Solid já chegou ao fim, é tempo do designer japonês se libertar das suas amarras e silenciar os críticos de uma vez por todas. Com uma almofada.

***A jogar:** Metal Gear Solid 4; GTA 4; RedLynx Trials 2 SE*
***A ler:** "Punk Marketing" (Mark Simmons)*
***A ver:** "Blade Runner" (Ridley Scott); "Rain Man" (Barry Levinson)*
***A ouvir:** Tiga; Martina Topley-Bird*
***A visitar:** www.2-4-7-music.com*

VIDAS VIRTUALIZADAS

Rui Guerreiro D'Ângela

SMS vs Jogos

As SMSs lutam contra os jogos no comboio. Entre as pessoas que viajam comigo para a outra margem do Tejo existe uma divisão invisível gerada pela maneira como passam o tempo. Uns lêem, outros dormem ou conversam. Há quem olhe para a paisagem e ainda existem algumas almas que concentram o seu olhar no telemóvel. É aqui que surge a batalha silenciosa.
As SMSs ganham claramente esta guerra. Pelo menos metade dos clientes de cada operadora portuguesa utiliza os telemóveis para enviar mensagens muito frequentemente. Porém, há um pequeno grupo de resistentes que tentam contornar as estatísticas.
Que jogos estarão elas a explorar? Os poucos que consegui espiar... Digamos de outra maneira: a minha amostra de mercado de cinco utilizadores demonstrou que o **Tetris** e o **Snake** ocupam cada um 40 por cento do mercado. Para trás ficou um jogo de plataformas que não consegui descobrir qual era.
Sempre defendi que os jogos de puzzles são a melhor opção para os telemóveis: são de rápida apreensão e de satisfação imediata. Basta resolver um cenário e sente-se que o tempo não foi perdido e que deu para mudar de autocarro sem ter que parar a meio de uma missão.
Quando estive na equipa de produção de **Undercover 2**, um jogo online de universo persistente (MMOG) para telemóveis desenvolvido pela YDreams, fiquei fascinado pela capacidade tecnológica, estrutura e complexidade. No entanto, achava que aquele jogo estava na plataforma errada. Os mapas reais e o *location based* eram muito interessantes, assim como o *game design*, mas este título ganharia muito mais no PC.
A ideia era inovadora, mas o mercado não estava preparado para ela. Os MMOG exigem um verdadeiro sentido de comunidade, de clã, mas isso é difícil obter no telemóvel, devido à lentidão da rede e ao preço dos serviços online. Na altura criou-se um fórum na Internet, porém foi difícil fazer as pessoas participarem. Outro obstáculo foi a interface física do aparelho, sempre uma dor de cabeça para quem faz jogos mais complexos a pensar no mercado móvel.
A questão do tempo que jogos como Undercover 2 exigem ao jogador é mais uma falha na realidade dos transportes públicos. O tempo neste tipo de transportes é seccionado e o jogo tem de acompanhar este ritmo. Cinco minutos, mais dez, mais trinta, todos interrompidos por uma senhora mais forte que nos dá um encontrão, um senhor de idade que nos pede o lugar. Distracções que impedem dar aquele salto milimétrico para atingir a última plataforma ou fazem-nos levar com um tiro e morrer já ali.
Quem fala de transportes, fala também de filas de espera e outras realidades em que somos apanhados no dia-a-dia. E neste contexto custa-me acreditar que títulos de plataformas e de acção vão ajudar os jogos a ganharem a luta contra as SMSs.
Estarei errado? Caso não concordem com o que acabei de dizer, participem na área dedicada à Hype! no Fórum MyGames (http://forum.mygames.pt) e digam de vossa justiça. Encontramo-nos por lá.

***A jogar:** Boom Blox, Golden Sun*
***A ler:** "Life Of Pi" (Yann Martel)*
***A ver:** "Dancer In The Dark" (Lars Von Trier)*
***A ouvir:** Billy Idol, B.B. King*
***A visitar:** www.alice.org*

ONLINE

WII WARE

LostWinds

LostWinds é um jogo de plataformas em que Toku e o espírito Enril tentam salvar a sua terra natal do terrível Balasar. O Wii Remote desempenha um papel fundamental no decurso da acção com o jogador a desenhar no ecrã movimentos que permitem ao herói saltar ou resolver puzzles, tudo através da manipulação do vento.

Preço: 1000 pontos

XBOX LIVE!

Assault Heroes 2

A Wanako Games volta à carga com a sequela do "tiro-neles" que se estreou no Live! Arcade em 2006. Cenários com uma maior liberdade de movimentos, armas mais poderosas e a possibilidade de pilotar veículos inimigos são as principais novidades de um título que merece ser explorado a meias com um amigo para máxima diversão.

Preço: 800 pontos

Halo 3

Se andam à procura de novas experiências em Halo 3, o Legendary Map Pack acrescenta ao jogo três mapas e opções extra no editor Forge. Blackout é um remake do cenário Lockout de Halo 2; Avalanche inspira-se em Sidewinder de Halo; e Ghost Town desenrola-se numa selva com um edifício em ruínas e vários esconderijos.

Preço: 800 pontos

Ikaruga

Ikaruga brinca com o conceito da polaridade. O jogador pode alternar a cor da sua nave: quando o aparelho é branco, ele absorve os projecteis dos inimigos brancos ao mesmo tempo que causa mais dano às naves pretas (e vice-versa). Acumule-se energia suficiente e pode-se activar uma bomba, útil para derrotar os *bosses*. Ideia engenhosa.

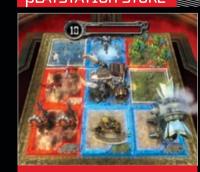
Preço: 800 pontos

WII WARE

Final Fantasy Crystal Chronicles: My Life As A King

My Life As A King cruza o imaginário de Final Fantasy com a mecânica de jogo de um SimCity, numa aventura onde o jogador tem como missão criar um reino a partir do zero. Construir edifícios, manter a população satisfeita e organizar um exército para defender as fronteiras são algumas das tarefas deste novo jogo da SquareEnix.

Preço: 1500 pontos

PLAYSTATION STORE

The Eye Of Judgment

Já está disponível na PlayStation Store o segundo pacote de cartas para The Eye Of Judgement. Baptizada por Biolith Rebellion 2, esta expansão inclui 100 cartas que introduzem novas criaturas e habilidades como a possibilidade de salvar personagens mortas em combate ou prevenir, permanentemente, ataques de magia do adversário.

Preço: 9 euros

Elefunk

Construir pontes sobre precipícios para ajudar elefantes a escapar das garras de um magnata do circo: este é o conceito de Elefunk. O jogador pode recorrer a objectos como cordas e caixas para sustentar o peso dos mamíferos, tudo, claro está, numa corrida contra o relógio. O jogo inclui ainda uma divertida prova para dois concorrentes.

Preço: 8 euros

High Velocity Bowling

Depois do bowling em Wii Sports, é agora a vez da PS3 recriar esta modalidade com um jogo que recorre ao Sixaxis para simular o arremesso da bola. Dez pistas e igual número de personagens constituem a ementa de um jogo que permite defrontar um máximo de três adversários de carne e osso em animados torneios online.

Preço: 8 euros

PC

RedLynx Trials 2 SE

Trials 2 coloca o jogador na pele de um motociclista que tenta superar pistas repletas de obstáculos o mais rapidamente possível. O jogo inclui mais de 40 circuitos, tabelas de recordes online, Achievements para desbloquear e competições para todos os gostos. Só lhe falta um editor de pistas para roçar a perfeição.

Preço: 13 euros

Onde: www.redlynxtrials.com

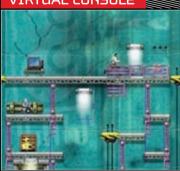
PC

Penny Arcade: On The Rain-Slick Precipice Of Darkness

Os autores do webcomic Penny Arcade juntaram-se a Ron Gilbert (Monkey Island) para produzir um jogo episódico que cruza um universo steampunk com a mecânica de combates por turnos dos RPGs orientais. O humor é o grande trunfo da aventura.

Preço: 13 euros

Onde: www.playgreenhouse.com/game/HOTHG-000001-01

VIRTUAL CONSOLE

Impossible Mission

Um divertido título de espionagem cujo objectivo é penetrar no quartel-general de Elvin Atombender e descobrir fragmentos de um código que permitirão salvar o mundo da destruição. A resolução de puzzles e saltos em plataformas são o prato forte de um jogo prestes a comemorar 25 anos de idade.

Preço: 500 pontos

À CONQUISTA DAS OLIMPÍADAS

Em ano de Jogos Olímpicos está a nascer um jogo que promete atrair todo o tipo de jogadores para a prática do desporto... online. **FREDERICO TEIXEIRA**

Pergunte-se a um jogador de desportos electrónicos qual é a sua ambição e recebemos uma resposta quase unânime: a par de ganhar dinheiro, prestígio e patrocinadores de renome, quase todos gostariam de ver a sua competição reconhecida como uma modalidade olímpica. Mas para isso seria necessário uma grande mudança de mentalidades, talvez fruto de uma penetração que os eSports ainda não têm no mercado europeu. Ou pelo menos não têm nas competições típicas de **Counter-Strike**, **Pro Evolution Soccer** e **TrackMania**. Ironicamente, é em França que está a nascer um jogo que pode mudar a percepção que o utilizador casual tem do mundo dos desportos electrónicos. Chama-se **Empire Of Sports** e é uma fusão de tendências - o jogo pega no conceito de rede social, nos *rhythm games*, na organização e tecnologia dos jogos online em universos persistentes como **World Of Warcraft**, e na competição em equipa característica de Counter-Strike. Todos estes elementos fundem-se para promover uma mini-olimpíada online em torno da prática de seis modalidades desportivas – esqui, bobsleigh, atletismo, ténis, basquetebol e futebol.

Treinar, treinar, treinar

As personagens de Empire Of Sports vão poder socializar em espaços comuns ou na sua casa. Também terão uma palavra a dizer sobre o seu regime alimentar e equipamento de competição – em princípio o jogo será gratuito mas os melhores acessórios desportivos e regimes alimentares serão pagos, se bem que este modelo de sustentabilidade ainda está a ser estudado pela produtora, a F4. E o atleta virtual pode ainda ir para o ginásio, treinar arduamente para desenvolver o seu corpo da forma mais adequada ao desporto no qual quer sobressair. Tudo isto porque em Empire Of Sports o corpo das personagens é desenvolvido em função do seu treino e, para além disso, cada indivíduo tem o seu próprio metabolismo e conjunto de habilidades – o que, em termos práticos, significa que antes de cada competição o utilizador vai escolher um conjunto de seis a oito "talentos" para levar para dentro de campo. Mas o ponto mais forte do jogo – cujo lançamento será ainda este ano – é o facto de prometer experiências que se adequam a diferentes tipos de jogador. O principiante pode inclinar-se para modalidades mais intuitivas como o esqui ou o atletismo, ao passo que os *habitués* dos eSports podem optar por uma partida de futebol de 11 contra 11, com honras de treinador e grandes complexidades tácticas – e sim, cada jogador controla apenas um desportista. Outro detalhe que pode estar na origem de um sucesso futuro é o facto da F4 estar determinada em criar competições online de acontecimentos do mundo real – as Olimpíadas de Pequim são já a primeira destas provas, tanto que já foi fechado um contrato de distribuição do jogo na China. Mas não é apenas de oportunismo que será feita a experiência, a F4 já se encontra em negociações com clubes e equipas reais, para que estas criem uma réplica virtual no sentido de promover iniciativas. Imaginem que o próprio Cristiano Ronaldo vos aparece a dar um objectivo qualquer para cumprir. Interessante.

NA NET

Sites Relacionados:

www.empireofsports.com

MMOS AGE OF CONAN

era uma vez em hyboria

BRUNO DIAS, SERVO DE CONAN

O seu nome é Conan. É o meu rei. Ainda me recordo do dia em que dei à costa em Tortage. Um escravo. As memórias do meu passado levadas pela maré. As marcas do chicote no meu corpo, essas permaneceram. Fortaleceram-me. Um marco indelével do ódio constante pelos meus captores. Longe parecem esses tempos, enterrados num pretérito avermelhado pelo sangue daqueles que se atravessaram no caminho da minha liberdade.

Trabalhei para qualquer empregador, aceitei qualquer tarefa – a minha força e a minha lâmina estão para venda. Apenas a minha liberdade e lealdade para com Conan e a guilda a que pertenço não têm preço. As amizades em Hyboria fazem-se com sangue, lama e coragem. Cada combate é de vida ou morte. Apontando cada estocada à cabeça, tronco ou membros do inimigo, à espera do momento fatal em que penetramos a sua guarda e o sangue escorre a nosso bel-prazer. Aqueles que hoje lutam ao meu lado são aqueles que nunca desistiram de lutar. Possuímos a mais poderosa fortaleza de Lachish. Durante meses trocamos a bebida e o prazer das mulheres pelo de recolher madeira, pedra e ferro, e não há um dia que não lutemos para preservar e aumentar a nossa obra. Uma das poucas que se erguem em Hyboria.

Agora, sento-me com Conan. É o meu rei. Somos diferentes, pois nenhum homem ou mulher é igual em Hyboria, mas partilhamos um passado e um futuro. Libertar Hyboria de todos os conspiradores e esclavagistas. Eles estão em todo o lado. Batem às portas do palácio de Tarantia. Batem às portas da minha fortaleza. Como se atrevem? Ladrões, magos, bárbaros, batedores, sacerdotes e soldados, uma corja sem fim de potenciais usurpadores. O meu sono nunca é calmo.

Hoje, parto em mais uma demanda a pedido de Conan. É o meu rei. Vou levar a minha guilda num raide ao esconderijo do poderoso Thoth-Amon. Talvez quando a sua cabeça for exibida na ponta de uma lança a escória que o idolatra dê algum descanso ao meu rei. Ao cair da noite, reunirei todos os meus homens na fortaleza de Lachish. Armas e armaduras serão forjadas, poções serão preparadas. Vestiremos a nossa melhor indumentária e os sacerdotes dar-nos-ão as suas bênçãos. Avançaremos ao som de um grito de guerra tão poderoso que faria as maiores serpentes do rio Styx implorar misericórdia. Os cascos de cavalos, rinocerontes e mamutes marcarão o ritmo da nossa investida. Se formos bem-sucedidos, a honra e reputação de todos nós irão ecoar pelos quatro cantos de Hyboria. Hoje, mato por Conan. É o meu rei.

ONLINE

Trivia

Fun Trivia Videogame Quizzes
FunTrivia.com
www.funtrivia.com/quizzes/video_games/index.html

Quem deu a primeira espada ao Link em Wind Waker? De que jogo é a frase «Elf needs food badly!»? Quantas mudanças tem o Formula Gran Turismo? Estas são algumas das questões relacionadas com videojogos que se podem encontrar no site de questionários Fun Trivia. Trata-se de um bom passatempo e uma forma de testar ou aumentar o vosso conhecimento sobre os mais diversos títulos.

Software de personalização

Advanced WindowsCare Personal 2.7.2
IObit
www.iobit.com/advancedwindowscareper.html?Str=download

O Advanced WindowsCare Personal é uma aplicação gratuita que ajuda a proteger, reparar e optimizar o Windows. O programa conta com diversas ferramentas que analisam diferentes aspectos do computador, procurando a melhor solução para eventuais problemas. Além disso, com um só clique do rato o utilizador pode remover spyware, corrigir o registo do Windows e eliminar todo o tipo de ficheiros temporários e históricos de navegação na Internet.

Editor de Jogo

Unreal Editor
Epic Games
www.unrealtechnology.com/features.php?ref=editor

O Unreal Editor é uma das mais poderosas ferramentas do mercado para os criadores de modificações de jogo e obras machinima. Distribuído em conjunto com o jogo Unreal Tournament 3, este editor do tipo *What You See Is What You Get* é também um requisito de obrigatório para todos os que aspiram ganhar uns milhares de dólares na competição Make Something Unreal, cujas inscrições abriram recentemente em **www.makesomethingunreal.com**.

Criação de jogos

Game Maker 7.0
Yo Yo Games
www.yoyogames.com/gamemaker

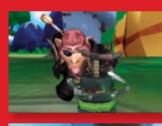
O Game Maker 7.0 é uma ferramenta intuitiva para criar jogos simples. Depois de terminadas, as criações podem ser partilhadas através do site **www.yoyogames.com**, onde a comunidade classifica e analisa cada projecto. Os principiantes também podem aceder a um manancial de tutoriais online que ensinam a fazer jogos de diversos estilos no próprio programa.

MACHINIMA

Kake Buk Island

Baron Soosdon
www.machinima.com/film/view&id=26136

Kake Buk Island é uma machinima criada em World of Warcraft e Unreal Tournament que nos transporta para uma enigmática ilha na qual todas as acções se repetem de 24 em 24 horas. Halo, Warcraft, Portal, a série televisiva "Lost" e o cantor Rick Astley são apenas algumas das referências desta história demente, cartoonesca e tecnicamente ambiciosa.

AO ABANDONO

Clássicos cujos direitos expiraram, ou que foram disponibilizados ao público pelos produtores para serem jogados livremente.

Lemmings (1991)

DMA Design *www.abandonia.com/en/games/37/Lemmings.html*

Os lemingues são conhecidos por caminharem em massa em direcção ao perigo. Cabe ao jogador salvá-los mas, para isso, é preciso puxar muito pela cabeça fazendo bom uso de um número limitado de ferramentas.

Star Control 2 (1992)

Toys For Bob *www.abandonia.com/en/games/144/Star+Control+2.html*

Aventura, exploração e acção são os ingredientes desta odisseia espacial. O jogador é o representante da Humanidade e parte à descoberta das estrelas na sua nave. Pelo caminho interage com outras espécies, recebe missões e, muitas vezes, tem de batalhar contra outras naves num divertido minijogo de acção.

Command & Conquer (1995)

Westwood Studios *www.abandonia.com/en/games/378/Command+%2526+Conquer.html*

Um dos primeiros RTSs desafia o jogador a controlar duas forças militares antagonistas num futuro próximo. Elementos como um método de controlo prático ou o recurso a vídeos com actores reais ajudaram a popularizar o género.

VIDEOCLIPS

De-Rez

Onde: *The Escapist*
Tags: *De-Rez*
Todas as semanas a redacção da revista online The Escapist satiriza os acontecimentos e estereótipos da indústria dos videojogos numa espécie de Hype! TV com caracterização.

Video Game Aerobics

Onde: *Meta Cafe*
Tags: *Aerobics Game*
O Wii Fit é o jogo mais inútil da história dos videojogos, pelo menos para este par de raparigas que têm alguma dificuldade em parar quietas enquanto jogam na velha Dreamcast.

GameBoy

Onde: *Video Game Ads*
Tags: *System - Debut*
Podemos fazê-lo em privado ou em público, sozinhos ou com amigos, no celeiro, em queda livre, no Pólo Norte... pelo menos é isso que nos diz este anúncio acerca da actividade de jogar na consola portátil GameBoy.

VG Thriller

Onde: *Metacafe*
Tags: *Thriller*
Nights, Mario, Mega Man, Master Chief, Lara Croft e um soldado de Killzone juntam esforços para recriar uma parte do lendário "Thriller" de Michael Jackson.

10 alternative uses for a MacBook Air

Onde: *Meta Cafe*
Tags: *Shiny MacBook*
Descubram todo um novo leque de utilizações para o computador ultraportátil da Apple, o MacBook Air. Sabiam que é um prático espelho de maquilhagem ou uma bandeja?

MODS DE FUTEBOL

O Euro 2008 traz de volta a festa e a febre do futebol. Tão bom como ver os génios da bola em acção é poder saltar para o estádio e jogar a seu lado. As modificações que apresentamos são uma das melhores formas de satisfazerem esse sonho e outros fetiches.

NA NET

Sites Relacionados:
http://moddb.com

INSTALAR MODS

A instalação de uma *mod* varia consoante os jogos. A maioria das modificações são grupos de ficheiros que devem ser colocados nas pastas do jogo que se pretende modificar. Já jogos como The Elder Scrolls 4: Oblivion e Half-Life 2 foram concebidos para comportar acrescentos e modificações, possuindo ferramentas próprias nos respectivos sites oficiais. De qualquer forma todas as *mods* fazem-se sempre acompanhar de instruções de instalação, normalmente contidas num ficheiro intitulado de "Read Me".

Counter Strike: Source - Soccer

Terroristas armados com facas de mato a jogar futebol. Uma ideia tresloucada, ou o futuro da modalidade na América do Sul? Para já é apenas uma mod hilariante para Counter Strike: Source*. É possível vestir os coletes à prova de bala de Ronaldinho, Zidane, Henry e outros gigantes do desporto rei, para disputar partidas online com até 20 jogadores. Pormenores como uma bola de futebol desproporcionalmente grande e manchada de sangue garantem uma experiência futebolística nunca antes vista.*

Onde: *www.ics-base.net/soccer*

Liga Bwin

A imparável comunidade portuguesa criou um patch com a liga Bwin para Pro Evolution Soccer 2008*. Assim, é possível jogar com todas as equipas de futebol da primeira divisão nacional, cujos plantéis estão devidamente representados segundo a configuração que apresentavam em Março de 2008. Também marcam presença equipas como o Beira-Mar, o Trofense, o São Paulo e o Shakhtar, entre outras.*

Onde: *www.proevolutionsoccer.com.pt*

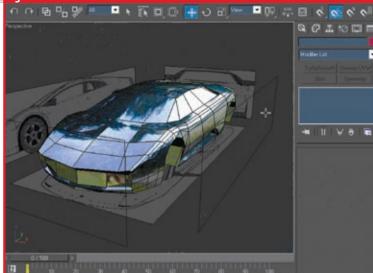
Internacional Online Soccer

Criado originalmente para Half-Life*, esta mod permite que até 22 pessoas de todo o mundo se juntem online para participar em futeboladas. Isto é possível pois cada jogador assume o papel de um futebolista em campo. A acção decorre na terceira pessoa e em estádios inspirados em recintos reais. Internacional Online Soccer vem também munido de uma generosa quantidade de selecções nacionais e clubes. Podem encontrar a versão para* Half-Life 2 *desta mod no DVD desta edição da Hype!.*

Onde: *www.iosoccer.com*

FIFA 08

Os fãs da série FIFA disponibilizaram no site fifaportugal.com conteúdos interessantes para FIFA 08. Podem encontrar por lá reproduções fiéis de quase todos os equipamentos das equipas portuguesas de futebol da primeira divisão. Estamos a falar de três a quatro tipos de indumentárias por clube. Podem também aceder a utilitários para a criação de conteúdos para o FIFA 08 e a modificações improváveis, como uma que coloca todos os futebolistas a jogar com a camisola para fora dos calções.

Onde: *www.fifaportugal.com*

MODELAR CARROS – PARTE 2

No tutorial anterior explorámos aquilo que é o modelo base de um superdesportivo conhecido – o Murcielago. Neste tutorial a ideia foi ensinar os pequenos truques e detalhes que tornam esse modelo em algo muito mais bem acabado e pronto a entrar no jogo.
O primeiro passo é detectar erros na malha. Seja procurando por vértices ou faces duplicadas, ou geometria desnecessária, a ideia é tentar ter uma malha o mais limpa e organizada possível. Geralmente usam-se métodos simples como atribuir o mesmo *smoothing group* a todas as faces e procurar por falhas na iluminação. Outro dos métodos é colocar todas as arestas visíveis e ver a sua orientação, eventualmente mudando-a de modo a torná-la mais compatível com o modelo e a iluminação que se procura.
Para acabar o carro modelamos também umas rodas simples. Nesse processo usamos *bevels* e *extrudes*, para criar as jantes.
Em seguida, e para avaliar a continuidade da malha, atribuímos ao modelo um material com reflexo que se actualiza em tempo real. Isto permitiu que pudéssemos olhar para as zonas mais críticas em termos de mudanças bruscas de reflexos ou variações muito abruptas de iluminação. A solução de alguns destes problemas passa pela colocação de mais detalhe na malha ou da alteração dos *smoothing groups*. Espero que gostem!

Marco Vale

Sobre os autores

A GameDev-PT (www.gamedev-pt.net) é um ponto de encontro entre profissionais e entusiastas do desenvolvimento de videojogos onde podem encontrar todo o tipo de informações sobre o desenvolvimento de videojogos e participar no fórum da comunidade.

TECNOLOGIA

MONITORES HD

AGRADAR A GREGOS E TROIANOS

Actualmente os velhos monitores CRT estão a tornar-se coisa do passado, sendo substituídos por LCDs, bem mais elegantes e a ocupar muito menos espaço na secretária. Este mês, focamos duas opções que se adequam às intenções de quem procura uma solução dois em um. **ROGÉRIO JARDIM**

Samsung Syncmaster 2032BW

Antes de mais, convém referir que este monitor da Samsung não é propriamente uma novidade. Aliás, este modelo da linha Syncmaster já se encontra no mercado há alguns meses. No entanto, considerámo-lo porque detém pelo menos duas características que não podem, nem devem, passar despercebidas, especialmente nestes tempos de crise em que vivemos.

À primeira vista o baixo preço desta aposta da Samsung acaba por ser o ponto de maior atracção para quem está à procura de um substituto para o velho CRT. Por outro lado, o design atractivo também tem o seu quê de valor quando olhamos para a variedade disponível em qualquer loja de informático.

Mas se aprofundarmos um pouco mais o nosso olhar, percebemos ainda que esta pechincha até tem um tempo de resposta de 2ms e um contraste de 3.000:1, algo que não é propriamente vulgar, especialmente em monitores de 20 polegadas a custarem pouco mais de 200 euros. Na prática, isto significa que os fanáticos por videojogos têm aqui uma excelente opção, sem perder muito na área de trabalho, porque afinal, 20" ainda são 50cm, nem ter que investir mundos e fundos.

Claro que quando o preço é baixo, há sempre algum senão a fazer o papel de reverso da medalha. Neste caso, os pontos fracos, se assim o podemos chamar, começam por não ser um monitor Full HD, embora, verdade seja dita, não é importante em dimensões de ecrãs desta natureza. De qualquer forma, a resolução máxima é 1680x1050, insuficiente para tirar total partido, por exemplo, dos filmes Blu-ray que exigem 1920x1080. Também a não contribuir para a lista de pontos fortes está um suporte do ecrã que não é regulável em altura - apenas inclinável - e a não inclusão de uma entrada HDMI. Assim, na parte de trás do ecrã encontramos a velhinha entrada VGA e mesmo ao lado uma entrada DVI.

Para quem procura um ecrã a um preço acessível, mas que não peque por escassez na qualidade de imagem e no tempo de resposta (importante para quem joga), esta é realmente uma boa opção a ter em conta, com a atenuante de ser possível encontrar em promoção em algumas superfícies comerciais.

Fabricante: *Samsung*
Preços: *230 euros*

De entre as muitas opções do mercado, esta será uma das que agradará a mais gente.

(+) **Tempo de resposta e qualidade de imagem**

(−) **Ausência de entrada HDMI**

O suporte facilita a regulação da altura do ecrã e até permite rodá-lo 90 graus.

(+) **Dimensão e qualidade de imagem**

(−) **Ausência de HDMI e tempo de resposta**

Philips 240BW

Quando falamos de monitores o tamanho importa sempre, não há dúvida. Tanto assim é que, ao longo do tempo, passamos a exigir maiores dimensões ao nosso ecrã lá de casa, confortavelmente "sentado" na secretária. Senão reparem, há 15 anos, qualquer ecrã com 14" era perfeitamente suficiente e, hoje em dia, bem sabemos que já não é assim – no mínimo 17", de preferência em formato panorâmico.

Mas se exigimos ecrãs maiores para o nosso PC nos dias que correm, deve-se em muito ao facto de cada vez mais usarmos também o computador como centro de entretenimento, seja para jogar, ver filmes ou fotos. Por isso mesmo, a variedade de ofertas por parte das marcas também tem subido e este ecrã da Philips, de 24", qualquer coisa como 60 cm, é um bom exemplo disso mesmo.

A grande dimensão salta à vista, assim como a possibilidade de ser rodado para uma posição vertical. Felizmente, as razoáveis dimensões do ecrã são apoiadas por características técnicas à altura. Assim, está dotado de uma resolução máxima de 1920 x 1200 e de duas entradas, VGA e DVI que resulta numa boa qualidade de imagem. Isto significa, primeiro, que temos uma excelente área de trabalho, mas igualmente uma óptima oportunidade de ligar uma consola e poder jogar ou ver um filme em alta definição, e tirar algum prazer disso, algo que não conseguiríamos com a maior parte dos monitores. Pena é que não inclua uma entrada HDMI, o que dispensaria a aquisição de um conversor de HDMI para DVI se quisermos ligar uma PS3 ou mesmo um outro leitor de alta definição. Já o tempo de resposta relativamente elevado, 5ms, e os altifalantes embutidos de pouca qualidade, reforçam a ideia de que este "gigante" foi criado a pensar numa utilização mais profissional e menos lúdica. Neste campo, convenhamos ser uma excelente opção, não se apresentando sequer a um preço muito elevado – menos ainda para as versões de 22" e 20".

Em jeito de conclusão, é justo dizer que o 240BW serve os dois propósitos, de lazer e trabalho. No entanto, é claro o facto de se adequar melhor a uma utilização mais profissional, uma vez que a grande área permite-nos visualizar várias ferramentas ao mesmo tempo sem perdermos qualidade. Enquanto isso, o software da Philips faz um bom trabalho ao dar-nos um considerável rol de opções de calibragem do ecrã, sem ser muito complicado.

Fabricante: *Philips*
Preços:
24" – 440 euros
22" - 312 euros
20" – 283 euros.

TECNOLOGIA

ORI-ORI MOCHI-MOCHI

Já todos ouvimos falar em desbloquear telemóveis, mas para a empresa Antenna Design o que está a dar é *desdobrar* telemóveis. É isso mesmo, um telemóvel origami que se abre, fecha, coloca no bolso e serve para tudo. Pode ser um mapa, pode ser um ecrã LCD portátil, pode ser um telemóvel flexível… tudo depende da forma que o utilizador lhe dá. Contudo, o mais provável é que este gadget não dê em nada, uma vez que o produto ainda está em fase conceptual. Ainda assim, não resistimos a mostrá-lo.

Ori-ori Mochi-mochi
Preço não disponível
www.antennadesign.com

BLU-RAYSTATION

Agora que a guerra de formatos de nova geração terminou e o Blu-ray saiu triunfante, começa a procura pelos gravadores deste formato. A LG apresenta uma solução prática, que se pode ligar por USB a qualquer outro aparelho e é transportável. O modelo Super Multi Blue é uma *drive* externa que lê qualquer formato de disco, seja ele CD, DVD, HD-DVD ou Blu-ray. O aparelho também grava em todos estes formatos, salvo em HD-DVD, a velocidades que vão de 6 a 16 vezes, para Blu-ray e DVD respectivamente.

Super Multi Blue externa
400 euros
http://pt.lge.com

O MELHOR AMIGO DO IPOD

Após chegar a casa a maioria das pessoas retira os auriculares e abandona o seu leitor de MP3. Mas a Philips não gosta deste gesto e resolveu criar a Docking Station AJ300D, um sistema de áudio onde se encaixa um iPod ou um GoGear, para que este continue a dar-nos música enquanto a bateria do leitor vai sendo carregada. São cinco colunas e um sistema de propagação de graves que prometem boa qualidade sonora mas sem muitos decibéis. O sistema AJ300D também é um alarme despertador com duas memórias, que pode despertar ao som dos MP3 contidos no iPod, via rádio FM, ou através do cruel mas eficaz *buzzer*. A reprodução de áudio pode ser controlada à distância com um comando que vem incluído.

Philips Docking Station AJ300D
100 euros
www.philips.pt

DESIGN DA HP É NACIONAL

Eram mais de nove mil as propostas para o concurso de design promovido pela HP e MTV, mas a vitória coube ao português João Oliveira. O resultado está estampado (literalmente) na nova edição limitada de portáteis da HP, já à venda por pouco mais de mil euros, juntamente com a respectiva mala tira-colo.
O dv2800 Artist Edition é um portátil construído com materiais "amigos do ambiente" e promete assumir-se como um centro de multimédia onde é possível ver televisão por Internet e DVDs com um único clique. O sistema conta ainda com uma porta HDMI para que se possa ver o conteúdo numa televisão de alta definição.
A par do aspecto *cool*, este modelo é um portátil da gama Pavilion, com um ecrã de 14 polegadas, processadores Intel Core 2 Duo, uma placa gráfica GeForce 8400GS e webcam.

HP Pavilion dv2800 Artist Edition
1100 euros
www.hp.pt

CÂMARA PEQUENA

A nova máquina de filmar Canon FS10 é uma solução a considerar para todos os que gostam de registar em vídeo as suas férias sem ter de empunhar uma câmara pesada e volumosa. O modelo pesa cerca de 250 gramas, cabe na palma da mão e permite gravar até cinco horas de vídeo na memória interna - que é expansível com um cartão de memória. Ainda assim a FS10 só tem autonomia para três horas de gravação. Capaz de capturar vídeo ou fotografias, esta câmara com 1 megapixel conta ainda com zoom óptico de 37x (2000x em modo digital), um pequeno ecrã de cristais líquidos articulável, e comando à distância para quem gosta de entediar o resto da família ligando a câmara ao televisor.

Canon FS10
540 euros
www.canon.pt

ESSE MP3 É LEGAL

Aparentemente é só uma peça de Lego. Na verdade é um leitor de MP3 com suporte para cartões de memória e autonomia para seis horas de reprodução de áudio. O Brick MP3 Player também pode ser ligado a um computador via USB para que os utilizadores possam gerir a sua colecção privada. OK, são funcionalidades perfeitamente banais mas é um produto queriducho e colorido.

Brick MP3 Player
35 euros
www.gizfever.com/product_info.php?products_id=488

QUERIA 200 EUROS DE COMPUTADOR, PF

Quem usa o computador para navegar na Internet ou para usar ferramentas básicas de trabalho já pode comprar um PC adequado ao seu perfil por apenas 200 euros. O G Series 313 da Chip 7 vem equipado com um processador AMD Sempron, disco rígido de 160 gigabytes, gravador de DVD, uma placa gráfica GeForce 6100 e o Linux Google Operating System em vez do Windows. Este computador de secretária não é o suprasumo da elegância, mas também não se pode pedir muito tendo em conta o preço.

G Series 313
200 euros
www.chip7.pt

GANHAR DINHEIRO COM O GOOGLE

Já é moda na Internet ver publicidade nos sites e blogs pessoais, tudo graças a um serviço do Google. **ROGÉRIO JARDIM**

O que é?

Chama-se AdSense e é um serviço do Google que permite aos seus subscritores constarem na lista de anunciantes criada pelo próprio Google. Depois de disponibilizarmos uma série de informações, como Língua utilizada, áreas de interesse, etc., o AdSense filtra esta mesma informação e cria um grupo de anunciantes que passam a constar no nosso site/blog. A partir daí, cada clique feito por um cibernauta num anúncio conta como receita.

Como aderir?

Para aderir a este serviço temos apenas de ir ao site www.google.com/adsense/pt_BR e fazer a respectiva inscrição. São-nos pedidos dados pessoais, dados relativos às áreas de interesse do nosso site/blog e o seu link. Uma vez feito o registo, personalizamos a forma como pretendemos que seja colocada a publicidade no ecrã. Convém acrescentar que alguns serviços de blogs, como é o caso do Blogger.com, possuem já essa funcionalidade na própria configuração da página.
Por fim sublinhe-se que, por razões óbvias, é preciso ser maior de idade para aderir a este serviço.

Quanto ganho?

Não existe um valor tabelado para quanto vamos acumular por cada clique feito numa publicidade no nosso site/blog. Esse valor é calculado em função do que foi investido pelo próprio anunciante. Como tal, é possível termos cliques que valham entre um a cinco cêntimos de dólar, por exemplo.
E precisamente por os valores por clique serem baixos, a Google estabeleceu um mínimo de valor acumulado para que possamos fazer o respectivo levantamento, que neste caso são 100 dólares.

VER PARA CRER

Caso as imagens que ilustram este artigo não sejam suficientes para terem uma ideia geral do AdSense, podem sempre ir até ao blog que criámos para demonstração em ***hype-adds.blogspot.com***.

Como recebo?

O pagamento dos lucros, pequenos ou maiores, é feito através do envio de cheque ou directamente por transferência bancária, em euros, se assim for desejado pelo utilizador.

MENU

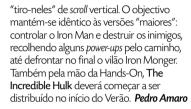
Dificuldade: Casual

Requer: Computador com acesso à Internet

E se quiser anunciar?

Claro que para haver quem ganhe dinheiro a publicar publicidade, é primeiro preciso haver quem invista na publicidade. No caso de quererem vestir o papel de anunciante, porque têm um produto para divulgar, então devem dirigir-se ao outro extremo deste serviço, neste caso, ao AdWords (https://adwords.google.pt). A grande vantagem deste serviço para quem anuncia é a certeza que só paga por clique efectuado no seu link.

SUPER-HERÓIS

Devido à estreia do filme, o super-herói **Iron Man** tem presença marcada em praticamente todos os sistemas de jogos. Os telemóveis não são excepção, estando já disponível uma versão para estes dispositivos. A Hands-On Mobile foi encarregada de realizar esta conversão, tendo optado por transformar o jogo num "tiro-neles" de *scroll* vertical. O objectivo mantém-se idêntico às versões "maiores": controlar o Iron Man e destruir os inimigos, recolhendo alguns *power-ups* pelo caminho, até defrontar no final o vilão Iron Monger. Também pela mão da Hands-On, **The Incredible Hulk** deverá começar a ser distribuído no início do Verão. ***Pedro Amaro***

NOKIA 5610 XPRESSMUSIC

Espécie de primo mais robusto do 5310, o 5610 é um telemóvel com ecrã deslizante e já integrado na terceira geração. Contudo, enquanto *music phone* o aparelho deixa muito a desejar quando comparado com o seu congénere mais delicado: a entrada para *phones* é de 2,5 mm (o que exclui a maioria dos auscultadores), e a memória desce para um singelo gigabyte. O botão deslizante que vemos por baixo do ecrã permite passar directamente ao modo de leitor de MP3 ou receptor de rádio FM e a navegação nos menus é bastante rápida, isto porque o aparelho não tem capacidade de executar múltiplas aplicações. Por fim, outra característica que distancia o 5610 do 5310 é o facto de vir equipado com uma câmara de 3,2 megapixéis que inclui flash. Pelo preço que custa (mais 80 euros que o 5310), o modelo está um pouco descaracterizado da gama XpressMusic. ***F.T.***

Nokia 5610 XpressMusic
250 euros
www.nokia.pt

THE OVERTAKER 3D

Os fãs do Wolfenstein original deverão espreitar o novo lançamento dos polacos da Gameleons. The Overtaker 3D é um First Person Shooter (FPS) bastante reminiscente do clássico da id, em todos os aspectos: os gráficos são praticamente idênticos aos desse jogo, a história passa-se na Segunda Guerra Mundial. ***P.A.***

NOKIA 5310 XPRESSMUSIC

Pesa 70 gramas, é fino e tem um design adequado àquilo que pretende ser: um leitor de MP3 que faz chamadas. Enquanto *music phone* o XpressMusic 5310 tem tudo o que se esperaria: qualidade de som ao nível de um leitor de MP3 mediano, entrada padrão para auscultadores (3,5mm), equalizador, suporte para diversos formatos de áudio, teclas dedicadas ao controlo de áudio, um cartão de memória de 2GB e, finalmente, autonomia para reproduzir música de manhã à noite sem deixar o utilizador pendurado.
Não se tratando de um aparelho 3G, a navegação na Internet é naturalmente lenta e, no caso do 5310, a qualidade de som das chamadas não é a mais cristalina do mercado. A parca memória interna e capacidade de processamento também fazem com que a navegação nos menus seja algo demorada quando o aparelho está a tocar música.
O teclado, clássico, funciona à base de pressão e tem botões com relevo – um esquema que ainda é o mais táctil e funcional para quem passa o tempo a trocar SMSs com os seus contactos. E a navegação nos menus é prática, sendo possível chegar à mesma aplicação por diversos caminhos, seja pelos atalhos de teclas, pela barra de favoritos ou através do tradicional menu.
Despertador, agenda e, claro, jogos, fazem parte do leque de aplicações, bem como a ferramenta Pressionar Para Falar que permite comunicar com os amigos em jeito de *walkie-talkie* – ainda que a configuração desta aplicação não seja a mais simples. O 5310 perfila uma câmara fotográfica de dois megapixéis que apresenta alguns problemas de focagem, não tem flash e está bastante desprotegida, pelo que a função de fotografar ou gravar vídeos acaba por ser uma característica de segundo plano no modelo.
Pelo preço e especificações, o 5310 é um telemóvel apontado à mesma audiência da gama Sony Ericsson Walkman – jovens urbanos, que prezam a música tanto quanto a portabilidade e querem convergir num só aparelho as funções de telemóvel e leitor de MP3. Adicionalmente, o modelo já conta com diversos acessórios no mercado, dos quais se realça uma *docking station* com colunas JBL. O Nokia 5310 está disponível no mercado com acabamentos de vermelho ou azul metalizado.
Frederico Teixeira

Nokia 5310 XpressMusic
170 euros
www.nokia.pt

NBA

A Gameloft anunciou ter chegado a acordo com a NBA para o lançamento de dois jogos de basquetebol. O primeiro é **NBA Smash!**, disponibilizado no final da Primavera. Trata-se de um jogo de dois contra dois, ao estilo do clássico dos anos 90 NBA Jam. A jogabilidade é *arcade*, com movimentos especiais e *combos*. Inclui ainda um modo Carreira que permite aos jogadores criar os seus próprios atletas, assim como criar e melhorar as suas equipas. O segundo jogo tem o lançamento previsto apenas para Setembro e irá possuir uma abordagem mais realista, com jogos de cinco contra cinco. Vai incluir todas as equipas da NBA, assim como os seus jogadores reais, permitindo disputar a longa época de 80 jogos. As funções de gestão da equipa vão permitir definir tácticas e escolher a formação inicial. ***P.A.***

STREET FIGHTER 2

Os possuidores de uma Mega Drive certamente lembrar-se-ão de Street Fighter 2 SCE, um dos melhores jogos de luta para essa consola (até à saída de Super Street Fighter 2). Ao contrário das versões "normais", que apenas possuíam os oito lutadores iniciais, esta versão dava ao jogador a possibilidade de controlar os quatro *bosses* do jogo: Balrog, Vega, Sagat e Bison. Como provavelmente já adivinharam, a nova versão de telemóvel é baseada nesta versão do jogo original, possuindo os 12 lutadores. A manter-se a tendência, deverão seguir-se o Super e os Alpha... ***P.A.***

THE MUMMY

Continuando a aproveitar as parcerias que estabeleceu, desta vez com a Universal, a Gameloft lança mais um jogo licenciado. Este novo título será baseado no filme "The Mummy: Tomb Of The Dragon Emperor" que representa o regresso da franchise que tem Brendan Fraser como actor principal. O jogo será constituído por puzzles e minijogos, distribuídos ao longo de 12 níveis, estando o seu lançamento previsto para coincidir com a estreia do filme, já neste Verão. ***P.A.***

SPEED RACER

Com os jogos baseados em filmes em alta, a Glu Mobile aproveita a sua parceria com a Warner Bros para lançar Speed Racer. Tendo como base o filme homónimo, Speed Racer é um jogo de corridas em 3D, ao estilo do clássico F-Zero e com alguns toques de Wipeout. O jogador tem seis veículos por onde escolher, que poderão ser usados para percorrer as várias pistas disponíveis. O jogo possui três modos principais: Story, Survival e Chasing. Ao terminar o Story Mode, algumas opções adicionais são desbloqueadas. ***P.A.***

Mau como as cobras

Morre ou não morre no final de **Metal Gear Solid 4**? A resposta para a pergunta que todos fazem está algures nas páginas desta revista. Mas nos corações dos verdadeiros adoradores da serpente, Snake viverá para sempre, na forma desta *action figure* articulada com 30 centímetros de altura e um preço mau como as cobras. Disponível para pré-encomenda. O lançamento é a 30 de Junho.

Preço: 130 libras
Onde: www.forbiddenplanet.co.uk

Rock é para meninas

Ouvem Metal do mais extremo, bebem cerveja até deitar pelas costuras, sonham ter uma bateria com mais de 40 peças e são o terror dos *mosh pits* mas... não gostam que ninguém bata com força na vossa bateria do **Rock Band**, para não aleijar a coitada (e não incomodar os vizinhos)? Então estas protecções pacientemente feitas a croché são perfeitas.

Preço: 10 dólares
Onde: www.etsy.com/view_listing.php?listing_id=10669205

Tomar banho consolado

Que geekalhice! Um saco de plástico impermeável com fecho para proteger a PSP caso pretendam jogar no duche sem levar demasiado a sério o conceito Dual Shock (embora na PSP fosse apenas um mono choque... ah, ah, ah...)? Para encomendar este equipamento estado da arte é preciso saber ler japonês. Claro.

Preço: 12 dólares
Onde: www.cybergadget.co.jp/products/psp/4544859007835/index.html

No More Merchandise

Um jogo que glorifica a cultura pop e dos videojogos não poderia ser levado a sério se não fosse ele próprio fonte de merchandising digno de entrar nesta secção. Na secção ghmR Store do relaxante site oficial de **No More Heroes** podem encontrar t-shirts com um estilo *cool* invulgar na indústria dos videojogos. Vêm em edições limitadas que costumam esgotar num golpe de *beam katana*. Infelizmente, os tamanhos são pensados para japonês vestir, até porque, para já, só é possível comprar as t-shirts no Japão. Com o lançamento do jogo na Europa, esperamos que a situação se altere.

Preço: N.D.
Onde: www.grasshopper.co.jp

Videojogos são arte... mais ou menos

Trintões: lembram-se destes brinquedos que permitiam desenhar em pó de alumínio com a ajuda de dois botões rotativos? Chama-se Etch A Sketch e ainda há quem se divirta a brincar com ele... e com tempo e talento para desperdiçar. A imagem aqui apresentada é apenas um exemplo de muitos desenhos que podem ser encontrados no link abaixo.

Preço: N.D.
Onde: http://flickr.com/photos/etchasketchist

1992

INDIANA JONES AND THE FATE OF ATLANTIS

Nos anos 80 e primeira metade da década seguinte, Indiana Jones nos videojogos era sinónimo de aventura point 'n' click. E se **The Last Crusade** iniciou muita gente no género, Fate Of Atlantis é a melhor recordação que temos do Dr. Jones em formato interactivo.

Amiga, DOS, Macintosh
Autor: Hal Barwood, Noah Falstein
Distribuidora: LucasArts

Trama

Estamos em 1939. Desta vez, Indiana Jones parte à procura da localização da lendária e desaparecida Atlântida. Inevitavelmente, também os nazis procuram o poder da cidade submersa descrita por Platão que, alegadamente, é fonte do Orichalcum, um metal ainda mais poderoso que o urânio usado para fabricar armas nucleares. Uma antiga colega de Indy, Sophia Hapgood, junta-se na demanda que os vai levar pelo mundo fora, de Monte Carlo aos Açores, da Islândia à Guatemala, passando por Creta e diversos outros destinos. Entre os quais a própria Atlântida, claro. A chave para o mistério é uma obra perdida de Platão. Está documentado que, na vida real, o braço direito de Hitler, Himmler, terá de facto mandado escavar na Islândia, Médio Oriente e Tibete em busca de artefactos que ligassem a raça ariana aos atlantes, assim provando a sua supremacia.

Agora escolha

Fate Of Atlantis oferecia ao jogador uma rota não inteiramente linear, a possibilidade de controlar os dois protagonistas, Indy e Sophia, e um final alternativo – características incomuns para a época. A narrativa apresentava-se em três caminhos, escolhidos pelo jogador em função de respostas dadas no diálogo. No The Wits Path, Indiana Jones progredia na trama recorrendo à sua capacidade dedutiva para resolver enigmas. No The Fists Path, os puzzles eram mais simples e o caminho abria-se ao murro e pontapé, em jeito de filme de acção. Finalmente, o The Team Path colocava Sophia como parceira na resolução dos problemas. Cada caminho apresentava puzzles, destinos e personagens próprios. Completar todos os caminhos contribuía para atingir a pontuação máxima de 1000 pontos de QI (Quociente Indy) e receber um telegrama de George Lucas!

Açores

Um dos destinos de Indiana Jones é o arquipélago dos Açores (na imagem), onde se cruzará com Filipe Costa, antiquário e negociante de relíquias. Na realidade, os Açores surgem como um dos locais defendidos como hipotético local da Atlântida. As águas lusas não são estranhas ao arqueólogo do chapéu e chicote: no filme "Indiana Jones And The Last Crusade", a acção arranca num barco pirata ao largo da costa portuguesa, onde Indiana persegue um artefacto religioso. Para ouvir o tema que acompanhava a passagem pelos Açores em Fate Of Atlantis, sigam para www.indyjones.net/atlantis/Azores.mid.

Novo mas familiar

A procura por uma relíquia ou local lendário; viagens por locais exóticos; a eterna rivalidade com os nazis; e uma mulher forte como interesse amoroso: todos os ingredientes do universo Indiana Jones estão aqui presentes. Contudo, Fate Of Atlantis foi o primeiro jogo Indiana Jones a apresentar um enredo e uma banda sonora escritas propositadamente para o jogo, abrindo caminho para colaborações mais criativas entre licenças de cinema e videojogos.

Hal Barwood

O guião de Fate Of Atlantis foi escrito por Hal Barwood, designer de jogos da LucasArts mas também argumentista de cinema: são dele os guiões dos filmes "Sugarland Express" e "Dragonslayer", tendo uma participação não creditada no argumento de "Close Encounters Of The Third Kind", de Spielberg.

PRÉMIOS:

do Público: *Gachi Boy, Wrestling With A Memory (Japão)*
Adrift In Tokyo (Japão)
Fine, Totally Fine (Japão)
Black Dragon (*):
Mad Detective (Hong Kong)
Fine, Totally Fine (Japão)
Crows - Episode 0 (Japão)

(*) Prémio especial votado pelos acreditados Black Dragon, onde se incluiu o signatário.

Quickie Express

Sick Nurses

Trivial Matters

Kong-Su-Chang

Adrift In Tokyo

Crows

UDINE: UMA PORTA A ORIENTE

Sob o mote "O Festival Que Não Quer Crescer", o Far East Film Festival (FEFF) de Udine comemorou em 2008 o décimo aniversário. Mais de 60 obras, um ecrã numa sala com 1200 lugares e encontros diários com cineastas, atraem todos os anos fãs e profissionais da indústria à cidade do nordeste italiano. **LUÍS CANAU, EM UDINE**

Entre os nomes fortes do FEFF 10 esteve Nakata Hideo, a abrir o festival com "L Changed the WorLd", *spin-of* de "Death Note", e Johnnie To, acompanhado de Wai Ka-fai e dos actores Lau Ching-wan, Kelly Lin e Lam Suet. De To projectaram-se "Mad Detective" (co-dirigido com Wai) e "Sparrow", além do primeiro episódio da série televisiva "Tactical Unit", derivada de "PTU" (2003).
Da Coreia do Sul apreciámos o novo de Heo Jin-ho, "Happiness", e "Shadows in the Palace", terror de época, com um elenco quase todo feminino e direcção da estreante Kim Mi-jeong. "Forever the Moment", também realizado por uma mulher, Im Sun-nye, inspira-se na ida da selecção de andebol feminina da Coreia do Sul a Atenas, em 2004. Na comédia, "The Happy Life", do realizador de "The King and the Clown", sobre três amigos que tentam recuperar a banda rock dos tempos do liceu, e "Going by the Book", onde um exercício coloca um polícia zeloso na pele de assaltante de bancos.
Do Japão veio a selecção mais rica do FEFF, apesar da irrelevância das grandes produções: "L", um *action movie* com um herói deslocado; "Always 2", de Yamazaki Takashi, um melodrama fabricado para puxar pela lágrima do espectador sensível.
Ignorando esses e os eróticos (que tinham bons momentos), sobra um bom conjunto: "Gachi Boy", favorito do público; os três de Miki Satoshi; "The Glorious Team Batista", um *thriller* médico; "Funuke", sobre a inevitável família disfuncional; e "Crows – Episode 0", de Miike Takashi. Miike não esteve presente, mas enviou uma mensagem vídeo, onde revelou o intuito de suscitar aos estrangeiros um interesse alargado pela cultura japonesa, para lá do Monte Fuji ou geishas.
Depois do Japão e da Coreia, as cinematografias mais expressivas no programa foram as de Hong Kong e da China. Na República Popular da China há ainda demasiadas limitações a nível de censura, criando um ambiente avesso ao cinema de género. A grande produção "The Assembly", do incontornável Feng Xiaogang, pareceu-me redundante, ainda que irrepreensível tecnicamente. Preferi o despretensioso "Lucky Dog", vertente socio-realista sem pretensões.
Quanto a Hong Kong, o meu preferido foi outra realização feminina, "Run Papa Run", de Sylvia Chang, sobre um gangster que tem de conciliar o trabalho com a sua função de marido e pai. Divertido, mas não *light*, no sentido negativo do termo.
Da Tailândia, dois bons de terror, o sério "Body" e o nada sério "Sick Nurses", no meio de um bom punhado de títulos de qualidade, que incluíram o drama (gay?) juvenil "Love of Siam"; "Handle me with Care", sobre um rapaz com três braços; e o épico de acção "Muay Thai Chaiya", onde o drama funciona muito bem, suscitando comparações a "Bullet in the Head", de Woo, ou "Friend" de Kwak Kyeong-taek.

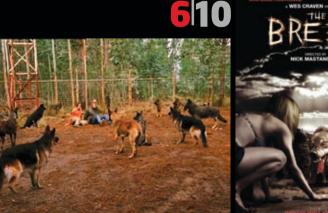
CINEMA

A FAMOSA BETTIE PAGE

"THE NOTORIOUS BETTIE PAGE"
DE MARY HARRON (EUA, 2006)
FORMATO DVD (R2)
EDITORA PRISVÍDEO (PORTUGAL)

FILME: Famosa? Pois sim, toda a gente já viu Bettie Page. Mesmo quem não reconhece o nome certamente concluirá que a imagem lhe é familiar e que já a viu por aí, as suas poses infinitamente reproduzidas por tudo o que é memorabillia pop. A rainha das *pin-ups* tornou-se um ícone da sensualidade no século XX, antes de haver Playboy, tanto tempo antes da Internet. Miúda modesta nascida no seio de uma família conservadora de Nashville, Tennessee, Bettie Page ruma para Nova Iorque em 1950. É aí que se vai tornar na mais célebre das modelos eróticas, especializando-se em poses *bondage* para publicações clandestinas, até se ver embrenhada numa investigação do Senado que vai pôr fim à sua curta carreira e fazê-la reencontrar a fé. O filme de Mary Harron ("I Shot Andy Warhol", "American Psycho") concentra-se neste período da sua vida, e muitas vezes não sabe se quer ser um *biopic* colorido se um manifesto contra o conservadorismo norte-americano. É esse o seu maior dilema. Como retrato de uma vida, fica-se pela biografia genérica, nunca aprofundando factos e personalidades. E quando tenta assumir uma visão social, parece não ter muito para dizer. Sobra-nos o *glamour* de toda uma estética voluptuosa, a fotografia que oscila alegremente entre a aspereza do preto-e-branco (evocando Samuel Fuller, assim nos diz Marry Harron) e o onirismo carnal das sequências coloridas. E há ainda Gretchen Mol, no papel principal, mesmo que demasiado bonita e autoconsciente para encarnar alguém que nunca chegou a entender o poder da sua própria imagem.
EDIÇÃO: formato 1.78:1 anamórfico, som Dolby 5.1. Dos extras, destacam-se curtos blocos de entrevistas aos intervenientes, por vezes mais esclarecedores do que o filme.
O FILME NA WEB: www.thenotoriousbettiepage.com
Mário Valente

5|10

6|10

RAÇA ASSASSINA

"THE BREED"
DE NICHOLAS MASTANDREA (EUA, 2006)
FORMATO DVD (R2)
EDITORA PRISVÍDEO (PORTUGAL)

FILME: Cinco colegas de liceu partem de barco para uma ilha deserta, planeando um fim-de-semana de copos e divertimento ao ar livre. Mas quando lá chegam, descobrem que afinal não estão sozinhos. Apeados na ilha, sem forma de regressar, vão ter que lutar pela sobrevivência e combater os... Esperem, esperem, não virem já a página. Sim, pode não parecer pelo resumo, mas o filme é bem engraçado. Ainda aí? Então vá. "The Breed" é um regresso ao cinema de género dos anos 70, mais concretamente ao estilo homem-versus-natureza-enfurecida, contratando neste caso uma matilha de cãozorros maus como tudo para protagonistas. E são cães a sério, nada de deformações digitais por aqui. Nick Mastandrea, protegido de Wes Craven (que lhe produz o filme), pretendeu fazer da sua fita de estreia uma aventura de terror séria e realista. Pegando num tema não particularmente novo, aposta o pêlo na acção, que irrompe poucos minutos após o genérico inicial e concentra todas as energias. De parte ficam por isso as personagens tolas e o humor salivado (bom, um bocadinho só) – os heróis são cinco jovens, mas estão mais bem desenhados do que é costume. É um filme físico, sequinho, descomprometido e afável, levado às costas pelo trabalho dos duplos e pela interpretação dos cachorritos endoidecidos. Bom, e depois ainda há a Michelle Rodriguez a dizer "give Cujo my best!", antes de fazer explodir um laboratório lotado de canídeos. Cães, carne, Michelle. Pronto, virem a página.
EDIÇÃO: formato 1.85:1 anamórfico, som Dolby 5.1. Há duas peças documentais – cerca de meia hora cada – que esticam a experiência e revelam os bichos por detrás dos monstros. E não é que são uma simpatia?
O FILME NA WEB: http://movie-list.com/trailers.php?id=breed **M.V.**

BANDA PARA 2008

SANTOGOLD

Olhando para as últimas edições da Hype!, não é difícil perceber que a maioria das bandas destacadas nesta secção têm tudo a ver com o nome da revista. Santogold não é excepção. E tal como todos os outros projectos que fizeram parte desta rubrica, Santogold (ou Santi White) também tem pernas para andar e crescer para além do álbum de estreia. É difícil não perceber o enorme potencial que a estreia de Santogold encerra. E ainda mais difícil é não nos apaixonarmos pelas suas canções. "L.E.S. Artistes", "You'll Find A Way", "Say Aha" ou "Lights Out" são pérolas para quem vai à bola com M.I.A. ou com os Yeah Yeah Yeahs ou até mesmo quem não gosta dos excessos de uma ou do *noise* dos outros. Santogold é muito mais que isso e estas são apenas algumas das melhores canções que se poderão ouvir em 2008. São não só o resultado de um processo criativo e evolutivo que começou em 2003 e cresceu com experiências e colaborações, mas também da inteligência de se ter rodeado de nomes como Naeem Juwan (Spank Rock), John Hill, Diplo ou Switch, que contribuíram de forma positiva para o resultado final do álbum. Um disco ambicioso no cruzamento estilístico que vicia a cada nova audição.
A BANDA NA WEB: www.myspace.com/santogold ***Hugo Moutinho***

CRYSTAL CASTLES
"Crystal Castles"

FORMATO: LP/CD
EDITORA: PIAS/EDEL

São, por direito, a banda mais apropriada para ser incluída nas páginas da Hype!. São dois canadianos - um rapaz e uma rapariga – e a sua música parece ter sido composta como banda sonora de jogos de 8 bits, como os da GameBoy. O nome Crystal Castles é inspirado no Crystal Castle da série "She-ra" (ainda que também exista um jogo da Atari lançado em 1983) pelo que o universo do duo tem tudo a ver com esta revista. O som é sujo, os ritmos minimais e a voz é muitas vezes desesperada, mas foi assim que, por acidente, gravaram "Alice Practice", o primeiro tema a ser lançado no cyberespaço e que lhes valeu as primeiras atenções da blogosfera. Mas se "Alice Practice" não deixa de ser um exercício acidental de um teste de microfone sob uma base rítmica, os restantes temas de "Crystal Castles" são invadidos por um sentido de melodia. É este sentido de melodia que faz destes punks-a-brincar-com-videojogos um caso à parte na música electrónica. Conseguem fazer do lixo um luxo, não apenas em temas como "Courtship Dating", "Air War" ou "Vanished", mas também nas remisturas que têm assinado para nomes como Bloc Party, Liars ou Klaxons.
A BANDA NA WEB: www.myspace.com/crystalcastles ***H.M.***

THE TING TINGS
"We Started Nothing"

FORMATO: CD
EDITORA: COLUMBIA/SONYBMG

Parece que os duos estão de novo na moda. Ou talvez a moda nunca tenha passado. É um formato confortável. Normalmente um ele e uma ela. Uma imagem cuidada ou propositadamente descuidada para parecer ainda mais *cool*. A sorte de serem vistos por algum *opinion maker* e um punhado de boas canções debaixo do braço. Esta podia muito bem ser a fórmula ideal para o sucesso e acredito que foi isso mesmo que aconteceu com os Ting Tings. O nome do disco, por si só, diz tudo - "We Started Nothing" - mas não é isso que esperamos deles. Fazem brit pop, é certo, mas conseguem apelar não só aos fãs de guitarras como também a uma imensa comunidade frequentadora de clubes. É pop para dançar, despretensiosa, fresca, que a cada tema consegue desenhar um sorriso rasgado na nossa cara. Caíram do céu com três temas fortíssimos ("That's Not My Name", "Great DJ" e "Fruit Machine") que abrem "We Started Nothing" e fazem crescer demasiado a expectativa à medida que o disco avança sem nunca conseguirem chegar ao mesmo nível destes. O segredo é ouvir o disco de trás para a frente. A experiência compensa!
A BANDA NA WEB: www.myspace.com/thetingtings ***H.M.***

>> PRÓXIMO MÊS

OS MMOS QUE OS PORTUGUESES JOGAM

A Hype! vai partir à procura dos jogos online mais populares no nosso país. Em vez de seguir o rasto dos grandes predadores (por exemplo, **World Of Warcraft** ou **Guild Wars**), a revista levantará o véu sobre as comunidades de milhares de jogadores que todos os dias se ligam aos servidores de jogos como **Travian**, **Hattrick** e **OGame**.

LEGO UNIVERSE

Quem na sua infância nunca construiu um pequeno mundo de fantasia com peças Lego? Com uma legião de milhões de fãs espalhados pelo mundo inteiro, a Lego prepara-se para criar um mundo online persistente onde pequenos e graúdos poderão dar vida aos seus sonhos mais tresloucados.

REPORTAGEM UBISOFT

O museu do Louvre, em Paris, foi o palco escolhido pela Ubisoft para a apresentação mundial dos jogos que a editora tem na manga para o segundo semestre de 2008. Do aguardado regresso de **Prince Of Persia** ao jogo oficial da série televisiva "Heroes", do poeirento **Far Cry 2** aos próximos títulos apadrinhados por Tom Clancy, a Hype! vai estar lá para vos trazer todas as novidades.

MIRROR'S EDGE

Muitos chamam-lhe o Assassin's Creed de 2008. Outros suspeitam que não passa de um simulador de parkour mal amanhado. Para tirar as teimas, a Hype! desloca-se a Madrid para experimentar a primeira versão jogável de Mirror's Edge, o título que pretende revolucionar o mundo dos First Person Shooters.

Conteúdos sujeitos a alteração

JULHO, JOGOS PARA AS FÉRIAS

Alone In The Dark, Mass Effect (PC), LEGO Indiana Jones, Civilization: Revolution, Age Of Conan, Assassin's Creed (PC), Race Driver: GRID, Echochrome, Ninja Gaiden 2, Okami (Wii), Haze, The World Ends With You e mais!

LIFESTYLE

CATARINA GOUVEIA

Um novo formato, um novo horário e... uma nova apresentadora.
A Catarina tem 20 anos, estuda Psicologia e é o rosto da terceira temporada do programa de televisão da Rede MyGames, emitido na SIC Radical.
A vencedora do Casting 2007 da revista FHM é fã de GTA: Vice City e de F1 Championship Edition e divide os seus tempos livres entre actividade lúdicas e trabalho de manequim. A família, os amigos e o trabalho de voluntariado com crianças desfavorecidas são bastante importantes no seu dia-a-dia. Porém, desde que foi capa numa revista masculina, esse tempo de partilha e de lazer teve que ser dividido com trabalhos de manequim. Desfiles, catálogos e publicidade passaram a ser mais uma rotina no seu quotidiano. Os trabalhos mais recentes nessa área podem ser vistos no anúncio do Euro 2008 e numa das próxima capas da FHM. A partir do final de Junho, Catarina terá um novo desafio a juntar à sua vida ocupada: ser a apresentadora do MyGames na SIC Radical, onde os muitos fãs do programa poderão continuar a ver análises, previsões, notícias, reportagens e entrevistas sobre tudo o que o universo dos videojogos tem para oferecer. Arranca no final de Junho, e é emitido ao longo da semana. A Catarina está à vossa espera!

Foto: Luís Salzedas

>> CRASH

Crash é uma secção que se pretende bem-disposta. O objectivo é brincar com *gaffes* alheias (e próprias, pois no melhor pano cai a nódoa), rir de imagens divertidas, *bugs* bizarros e frases disparatadas. Os leitores também podem participar! As contribuições devem ser enviadas por e-mail para **leitoreshype@mygames.pt.** O subject do e-mail deve ser "Crash".

Orc & Stimpy

Fotografia Hype! no quartel-general da Blizzard.

LOADING...

QUE É QUE ESTÁS A JOGAR?

GRAND THEFT AUTO: ROCK BAND EDITION

É PRATICAMENTE IGUAL AO GTA 4...

ROCK BAND EDITION? NUNCA OUVI FALAR!

...SÓ QUE EM VEZ DE GAMAR CARROS VENDE-SE O ROCK BAND A JOGADORES EUROPEUS POR 240 EUROS CADA UM.

© Nuno Sarabando & João Brandão www.seccao9.pt

A Hype! no maior edifício do mundo

Enviado pela leitora Eduarda Ventura. Em pano de fundo, as famosas Petronas Twin Towers de Kuala Lumpur, na Malásia. Obrigado Eduarda!

Querido, comprei o GTA!

querido, mudei a casa!

grand theft auto

A Hype! no Half-Life 2

Enviado pelo leitor Bruno Martinho.

Ninguém tem mais exclusivos que a Hype!

Copying 21 items (152 MB)

More information Cancel

SABEMOS QUE JOGAMOS DEMASIADO QUANDO...

... pensamos que a vista desfocada é um efeito especial.

in http://forum.mygames.pt, utilizador FoxRS

AS SAUDADES QUE EU JÁ TINHA

Rick Dangerous (1989, Amiga)

LEGO Indiana Jones (2008, PC)

RESPOSTA AO POP QUIZ

Boom Blox (pág. 70)

Pergunta 1: Medal Of Honor

Enviem as vossas fotos Hype!

Moram ao lado da Torre dos Clérigos, estão de visita à Torre Eiffel, passam férias no deserto marroquino e não conseguem passar sem a vossa cópia mensal da Hype!? Tirem uma foto com um monumento ou paisagem reconhecível como pano de fundo e enviem-na para **leitoreshype@mygames.pt.**

THE NEW SOUND

Giddy Stratospheres

KIERON GILLEN

Kieron Gillen escreve sobre videojogos há mais de uma década.

Ainda não encontraram forma de o parar, mas a Ciência persiste.

Escreveu para quase todas as revistas da imprensa especialista, assim como para o jornal Guardian e a bíblia tecnológica, a Wired.

Foi responsável por cunhar a frase "New Games Journalism" que, esperançosamente, vocês i) desconhecem ou ii) não vos criou grandes ressentimentos.

Vive em Londres. "Vive" é uma descrição generosa.

Um cavalheiro inglês colocou-me recentemente uma questão. Foi uma daquelas perguntas que, enquanto jornalistas, nos espeta um espigão de aço na base da espinha e nos deixa a estrebuchar caso não estejamos previamente preparados.

«Hoje em dia para que servem as críticas a jogos? As pessoas comprarão **Halo** e **GTA** de qualquer forma».

Felizmente, protegi a base da minha espinha especificamente para este tipo de ocasiões, e não estou perturbado. A ideia de críticas enquanto guias de compra é compreensível, mas um pouco ingénua. Que crítica gostarão mais de ler? Para a maioria das pessoas, talvez contra-intuitivamente, é uma crítica a algo que já viram. A justificação é que as pessoas gostam de comparar as suas opiniões já formadas com a opinião de *outra* pessoa.

As melhores críticas acrescentam *insight* e perspectivas alternativas. Mesmo as piores críticas dar-vos-ão algo contra o qual se enfurecerem, como a daquele idiota que não saberia reconhecer um jogo de estratégia em tempo real decente nem que lhe fizessem um *tank-rush* pela próstata anal acima.

Em suma, é a comunicação humana. É divertido. E desde que as pessoas clicam em links e parecem estarem interessadas neles, gera-se dinheiro e também dessa forma a comunicação é justificada.

Mas por mais verdadeira que seja, não foi esta a minha defesa. Em vez disso, limitei-me a clicar no link para uma entrevista que o analista Bill Harris fez com o dono da Cryptic Comet, Vic Davis, e para uma série de gráficos [**http://blog.newsweek.com/blogs/levelup/archive/2008/05/12/180-degrees-the-secret-of-armageddon-empires-indie-success-part-i.aspx**]. Provavelmente não conhecerão Vic. Ele escreveu um dos jogos de estratégia por turnos que mais gostei ultimamente... **Armageddon Empires** é um jogo num cenário pós-apocalíptico com elementos de criação de baralhos à Magic: The Gathering (excepto que aqui não é preciso gastar dinheiro a comprar aquela esquiva "Serra Angel" ou coisa que o valha). Por isso, antes do jogo começar seleccionamos cartas até preencher um número máximo de pontos, e depois colocamo-las em acção usando os recursos descobertos numa fase do jogo semelhante a **Civilization**. O que faz a coisa começar a bater mais forte é o facto dessas cartas serem os únicos recursos que o jogador possui. Se tiverem quatro *zombie-launchers* no vosso baralho, serão todos os *zombie-launchers* que alguma vez terão no jogo. Se forem todos destruídos por um T-Rex com uma motosserra, ou qualquer outra coisa que esteja à solta nesta desolada terra radioactiva, não os voltarão a recuperar. Isto convoca a percepção de um mundo em maravilhosa decadência, ao mesmo tempo que imprime um peso real a todas as decisões estratégicas. É giro como o diabo. E também é de difícil acessibilidade. E só está disponível por download. Não é o tipo de coisa que grite "VENDAS ESMAGADORAS". Mas portou-se bem. Eventualmente.

Na entrevista com Bill, Vic apresenta um gráfico que mostra as vendas totais em forma de percentagem do objectivo de vendas desejado. Apesar de não desvendar números, Vic afirma considerar que as vendas duplicaram ou triplicaram aquilo que seria razoável esperar. Nas primeiras quatro semanas, vendeu 15 por cento do total de vendas desejado – não foi mau... mas as vendas começaram a esmorecer. Ao fim dos primeiros três meses, as vendas registaram 30 por cento do objectivo, e as vendas semanais eram mínimas.

Mas então começou a beneficiar de cobertura na imprensa. O primeiro grande empurrão foi a revista norte-americana Games For Windows ter destacado Armaggedon Empires como escolha *indie* do mês. As visitas ao site, assim como as vendas, começaram a subir mais rapidamente. A Games For Windows publicou um artigo mais alargado sobre o jogo na sua engraçada coluna "Tom Versus Bruce". As vendas tiveram um novo impulso, atingindo 50 por cento do total.

E depois escrevi a crítica no Eurogamer. Andava com intenção de experimentar o jogo há algum tempo, depois de ter visto Bill Harris delirar de entusiasmo numa série de artigos, e ele sempre foi uma das pessoas que mantenho debaixo de, pelo menos, um olho (é ele o homem que me apresentou **Space Rangers 2** e **Mount & Blade**, dois outros jogos menores absolutamente grandiosos). Joguei a *demo* em Julho passado mas esbarrei na superfície intimidatória. Uma segunda tentativa, mais séria, e cedeu, deixando escancarado o suculento e carnudo recheio.

Por isso, a crítica que escrevi foi eufórica. Ao mesmo tempo, Tom Chick colocou Armageddon Empires no seu top 10 de jogos favoritos do ano. O The Wargamer publicou mais uma crítica positiva e apareceu no Gamasutra como vencedor do prémio para melhor Inteligência Artificial num jogo *indie*.

Nesse mês, as vendas passaram de 50 para 70 por cento do total pretendido, e a curva no gráfico de vendas estendeu-se para cima. Parecia que o jogo acabaria por atingir o seu alvo optimista.

Mas então Tycho, do Penny Arcade, atraído pela referência ao jogo feita pelo Tom Chick, decidiu recomendar o jogo no seu site. Neste ponto, as vendas dispararam como um míssil. A curva no gráfico tornou-se vertical e em menos de um mês as vendas passaram de 70 para 140 por cento do objectivo. No princípio de Abril, depois de mais uma peça jornalística, chegou a 180 por cento das expectativas. A este ritmo, tudo indica que vá atingir pelo menos o dobro do esperado – o que significa que, segundo a estimativa do Bill Harris, fará na verdade entre quatro a seis vezes o que seria razoável esperar.

> *A ideia de críticas enquanto guias de compra é compreensível, mas a real importância da crítica a videojogos não é falar-vos das coisas que vocês já conhecem – é contar-vos coisas sobre as quais não faziam qualquer ideia antes de se sentarem para ler.*

A questão central é esta: sim, o que eu escrevo não vai afectar minimamente as vendas de Halo ou GTA. Mas aqueles 20 por cento no gráfico de Armageddon Empires para os quais eu posso razoavelmente afirmar ter contribuído... bem, isto é importante, relevante e crucial. Preocupamo-nos muito com os nomes grandes, mas a real importância da crítica a videojogos não é falar-vos das coisas que vocês já conhecem – é contar-vos coisas sobre as quais não faziam qualquer ideia antes de se sentarem para ler uma prosa frenética sobre (digamos) **Uplink** ou **Trials 2** ou Armageddon Empires, para dar como exemplo três jogos que fui dos primeiros a defender, de uma forma que, foi-me dito, exerceu de facto alguma influência na sua venda. É esta a questão. E é divertido, e é humano e necessário se queremos ter uma indústria que vá para lá dos jogos que têm capas de revista garantidas pela sua mera existência.

As críticas existem para vos contarem coisas fantásticas que desconheciam e só isso é fantástico. As críticas existem para falarem do *the new sound*.

>> OPINIÃO

CRÓNICA DE LONDRES

GTA 5? Não obrigado

JOÃO DINIZ SANCHES

Originário de Coimbra, João Diniz Sanches começou a jogar em 1970 e ainda não se aborreceu.

Tendo vivido no Reino Unido nos últimos 20 anos, fez bluff ao longo do seu percurso universitário até infiltrar-se na revista de referência mundial Edge quando ninguém olhava.

Chegou a director.

Saiu ao fim de sete anos e desde então tem impedido o banco de apropriar-se da sua casa recorrendo à escrita sobre videojogos como forma de ganhar a vida.

Dizem que a única coisa certa na vida são a morte e os impostos. Gostaria de acrescentar a necessidade de escrever sobre um GTA sempre que um novo capítulo aterra em todas as lojas de videojogos, de todas as ruas de todas as cidades do mundo, e esmaga recordes de vendas até à insignificância com um bastão de basebol metafórico.

Por isso o facto de estar prestes a falar sobre **Grand Theft Auto 4** não deve ser uma surpresa. Mas ao menos tentarei ser um pouquinho diferente, não me focando tanto no jogo propriamente dito, mas antes no que ele significa para os videojogos em geral.

Resumindo, o quadro não é exactamente encorajador.

Antes de se precipitarem na direcção da minha casa com o vosso *pimp mobile* roubado, com a intenção de me incutir algum bom senso cravejando o meu excepcionalmente bem tonificado corpo com balas de Uzi, permitam-me ao menos o tempo suficiente para expor o meu raciocínio.

GTA 4 é, estou certo, formidável. Digo isto com uma dose limitada de certeza porque ainda não o joguei até ao fim e daí a minha perspectiva limitada. Porque é que ainda não o joguei até ao fim? Essa questão é, na verdade, o que está por trás desta coluna de opinião.

Não é que o jogo seja demasiado grande. Seja qual for a referência, **Burnout Paradise** é enorme, mas consegui orientar-me nas suas muitas ruas e ainda maior número de eventos *in-game* no espaço de uma semana. GTA 4 é extenso, o que é algo de completamente diferente. Isto porque à medida que a série GTA evolui, ela preocupa-se cada vez mais com a replicação de certos aspectos da vida. E é por isto que considero que a maior parte do tempo inicialmente passado em torno de GTA 4 foi preenchido com tarefas entediantes como levar a Michelle ao bowling, ao restaurante, ao bar ou à discoteca, até eventualmente me ter passado da cabeça e, depois de lhe prometer um passeio de *powerboat* pela cidade, a ter empurrado borda fora assim que atingimos mar aberto.

Ok, obviamente que este bocadinho final não aconteceu – fomos antes a um espectáculo de cabaré. A questão é que este tipo de missões, e muitos dos outros elementos de GTA 4 que tentam injectar uma sensação de realismo através da replicação de situações da vida real, têm o seu limite dentro do contexto de um videojogo. Até ter de atender a porcaria do telemóvel e ler SMSs se torna uma trabalheira. Como questionou um famoso crítico de videojogos, «o que vem a seguir, a missão de "escreve uma carta à tua mamã?"».

Se eu quisesse tarefas trabalhosas ou as responsabilidades que enfrento na vida de todos os dias, simplesmente ignoraria os videojogos e continuaria a cortar a relva do quintal, a fazer as compras da semana ou a preencher a minha declaração de impostos. Certamente que o que dá sentido aos videojogos é serem uma forma de escape dos aspectos mais monótonos da nossa existência, mas então porque é que parecemos estar cada vez mais obcecados em replicá-los em forma virtual?

Ok, admito que também eu já persegui esse sonho. Recordo-me de escrever uma coluna sobre como o futuro iria conter apenas um jogo onde cada elemento mais distintivo do seu universo seria o equivalente dos actuais jogos individuais. Por isso, por exemplo, se se deslocassem até a um autódromo, poderiam aceder a toda a experiência de jogar **Forza Motorsport 2**. Se se alistassem no exército encontrar-se-iam em menos de nada nos ambientes crus e devastados pela guerra de **Call Of Duty 4**. E se a vossa ambição fosse vestirem-se de elfos e batalhar trolls, bom, haveria igualmente uma área para vocês. Pensem numa versão super avançada de **The Sims**, se quiserem. O que eu acho é que devo ter andado a chupar pastilhas de LSD quando escrevi originalmente sobre o apelo de tal conceito, porque hoje a noção de um mundo virtual que replica a existência que já temos (embora com a habilidade de nos envolvermos em corridas ou combates sem ter de arriscar o automóvel ou o corpo) me parece notavelmente abominável.

É isso que me foi recordado ao jogar GTA 4. Quanto mais jogava e me maravilhava com o realismo dos ambientes e da experiência, mais me dava conta de que tem de haver um limite para o que os autores deviam poder incluir nos seus jogos. Porque embora esteja certo de que GTA 5 será ainda mais impressionante no seu alcance e inclusão de elementos da vida real, estou igualmente certo de que não estarei a desperdiçar o meu tempo a jogá-los.

À medida que a série GTA evolui, ela preocupa-se cada vez mais com a replicação de certos aspectos da vida. E é por isto que considero que a maior parte do tempo inicialmente passado em torno de GTA 4 foi preenchido com tarefas entediantes. Como questionou um famoso crítico de videojogos, «o que vem a seguir, a missão de "escreve uma carta à tua mamã?"».